

令和7年度(2025 年度) 広島市消費生活センター事業概要



広島市消費生活センター

目 次

I	消費生活センターの組織、施設の概要、予算	1
1	消費者行政組織の沿革	1
2	機構及び事務分掌	1
3	消費生活センター施設概要	2
4	令和7年度（2025年度）消費生活センターの予算	3
II	令和7年度（2025年度）事業概要	4
1	消費生活行政の総合的な推進	4
2	消費生活行政推進のための施策	5
III	令和6年度（2024年度）消費生活相談の概要	14
1	消費生活相談の相談状況	14
2	商品・役務別の相談状況	16
3	販売購入形態別の相談状況	18
4	注目事例	21
IV	令和6年度（2024年度）事業実績	25
1	消費生活行政の総合的な推進	25
2	消費生活行政推進のための施策	26
3	令和6年度（2024年度）広島市市民意識調査の結果	47
V	その他（参考資料）	52

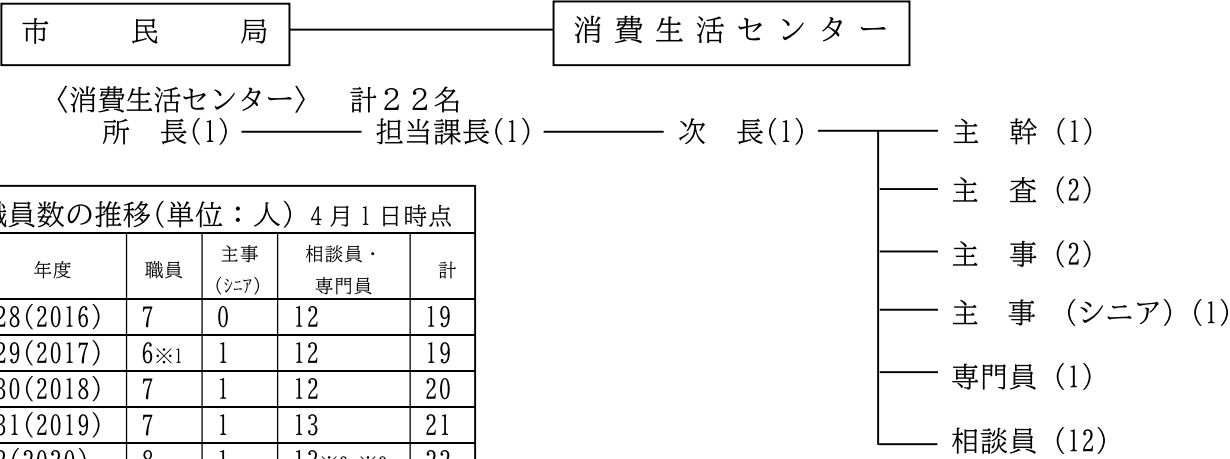
I 消費生活センターの組織、施設の概要、予算

1 消費者行政組織の沿革

年 月 日	内 容
昭和42年(1967年)4月1日	産業局商工課消費経済係設置
昭和45年(1970年)4月1日	産業局消費経済課新設
昭和49年(1974年)11月1日	産業局消費生活課と名称変更するとともに、出先機関として消費生活情報センター(中区基町6番27号[広島センター街8階])を新設
昭和51年(1976年)4月1日	経済局消費生活課と名称変更するとともに、経済局流通対策課を新設
昭和55年(1980年)4月1日	消費生活課と流通対策課を統合し、消費流通課と名称変更
平成7年(1995年)4月1日	消費者保護対策を市民局に移管し、市民局消費生活課を新設。(消費生活情報センターも消費生活課の出先機関として市民局に移管される。流通対策は、経済局商工課。)
平成9年(1997年)4月1日	消費生活課と消費生活情報センターを統合し、消費生活センター(中区基町6番27号[広島センター街8階])と名称変更
平成11年(1999年)4月1日	市民局に生活文化部が新設され、消費生活センターが生活文化部の所管となる。
平成13年(2001年)4月1日	生活文化部を離れ、市民局の所管となる。

2 機構及び事務分掌

(1) 機構 (令和7年4月1日時点)



職員数の推移(単位:人) 4月1日時点

年度	職員	主事 (シニア)	相談員・ 専門員	計
28(2016)	7	0	12	19
29(2017)	6※1	1	12	19
30(2018)	7	1	12	20
31(2019)	7	1	13	21
2(2020)	8	1	13※2,※3	22
3(2021)	8	1	15※2,※4	24
4(2022)	8	1	13	22
5(2023)	7	1	13	21
6(2024)	8	1	14	23
7(2025)	8	1	13	22

※1 欠員1名
※2 育休中職員1名を含む。
※3 9月1日から14人
※4 2名欠員を含む。

(2) 事務分掌

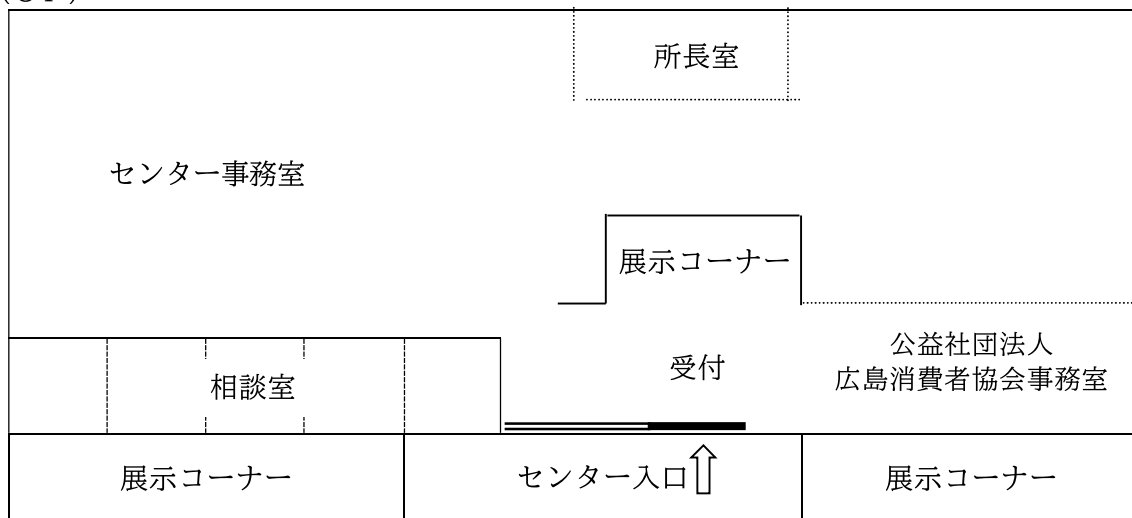
- ア 消費者施策に係る企画及び調整に関すること。
- イ 消費生活に関する相談、苦情の処理及び調停に関すること。
- ウ 消費者の権利の保護に関すること。
- エ 消費生活に関する啓発活動及び教育に関すること。
- オ 消費生活に関する訴訟費用の貸付けに関すること。
- カ 消費生活センターの管理運営に関すること。
- キ 消費生活センターの庶務に関すること。

3 消費生活センター施設概要

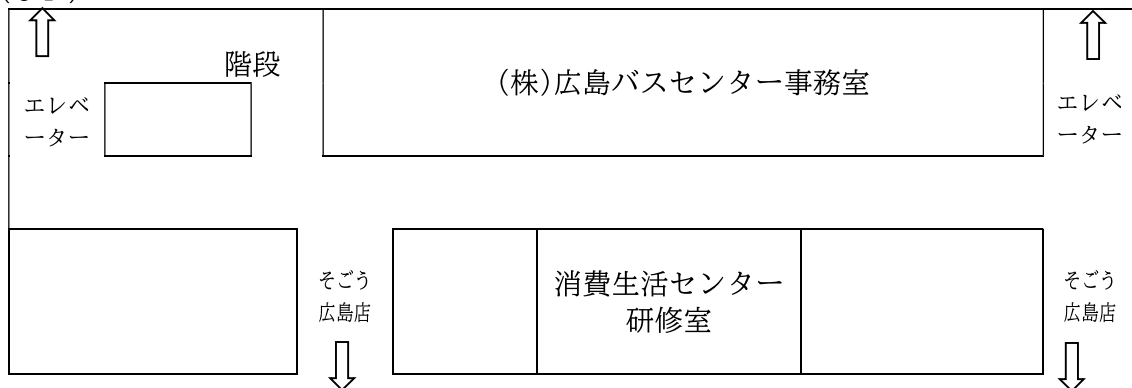
- (1) 所在地 広島市中区基町6番27号（アクア広島センター街8階）
 電話 (082) 225-3329
 電話 (082) 225-3300（相談用）
 FAX (082) 221-6282
- (2) 施設形態 複合ビル（民間ショッピングビル内）
- (3) 開館時間等 開館時間
 午前10時から午後6時まで
 休館日
 日曜日、火曜日、祝日法の休日
 12月29日～1月3日
- (4) 面積 施設総面積 355.8㎡ $\left[\begin{array}{l} \text{8階部分} \ 287.8\text{㎡} \\ \text{9階部分} \ 68.0\text{㎡} \end{array} \right]$

8階	センター事務室	184.3㎡
	公益社団法人広島消費者協会事務室	24.3㎡
	相談室	28.8㎡
	展示コーナー	21.1㎡
	倉庫他	29.3㎡
9階	研修室	68.0㎡

- (5) 配置図
 (8F)



- (9F)



4 令和7年度(2025年度)消費生活センターの予算

項目	R7年度(2025年) 予算A	R6年度(2024年) 予算B	差引A－B	増減率
	千円	千円	千円	%
1 消費生活行政の総合的な推進	53	51	2	3.9
消費生活審議会の運営	53	51	2	3.9
消費生活基本計画の改定	0	0	0	—
2 消費者の権利の保護	13,325	2,263	11,062	488.8
相談業務体制の整備	11,115	100	11,015	0
相談業務体制の整備	19	19	0	
多重債務問題の相談体制強化	15	15	0	
窓口での外国人対応支援システム使用	66	66	0	
消費生活相談の新システム利用のためのネットワーク構築及び運用・保守	11,015	0	11,015	
相談員等の相談対応能力の強化	1,539	1,495	44	2.9
相談員等の研修参加	542	482	60	
法律専門家（弁護士）を活用した相談事業	997	1,013	▲ 16	
消費者被害の救済	611	610	1	0.2
消費生活紛争調停委員会の運営	11	10	1	
消費者訴訟の援助	600	600	0	
物価安定対策事業	60	58	2	3.4
物価安定対策事業	60	58	2	
3 消費者の自立の支援	18,796	18,518	278	1.5
情報提供	813	769	44	5.7
生活情報の提供	533	509	24	
くらしの情報紙の発行	280	260	20	
消費者教育・啓発	1,835	1,828	7	0.4
消費生活出前講座	1,292	1,292	0	
消費者教育の推進	76	69	7	
エシカル消費（倫理的消費）の推進	467	467	0	
消費者教育・啓発事業の強化	7,670	8,078	▲ 408	▲ 5.1
配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業	700	673	27	
高齢者への消費生活相談周知事業	474	484	▲ 10	
高齢者サロンワーキング事業	1,120	1,975	▲ 855	
小学生向け夏休み研究学習会の開催	71	74	▲ 3	
子供向けイベントへの参画・出展による消費者教育	282	326	▲ 44	
新成人向けの消費者教育講習会	4,624	4,124	500	
学校等教育職員に対する研修	218	170	48	
食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業	154	202	▲ 48	
広島市消費生活審議会消費者教育部会の開催	27	50	▲ 23	
地域安全確保ネットワーク構築事業	1,279	847	432	51.0
高齢者等の消費者被害防止対策講座	231	231	0	
消費生活協力団体育成のための見守り講座	936	199	737	
消費生活サポーター養成講座（消費生活力向上応用講座）	84	93	▲ 9	
広島市消費生活審議会安全確保部会の開催	28	324	▲ 296	
消費者団体等の活動の推進	7,199	6,996	203	2.9
消費者団体等の育成指導	7,199	6,996	203	
4 消費生活センターの管理運営	25,372	26,603	▲ 1,231	▲ 4.6
消費生活センター管理運営（施設管理）	24,979	26,209	▲ 1,230	▲ 4.7
消費生活センター管理運営（展示啓発）	393	394	▲ 1	▲ 0.3
計	57,546	47,435	10,111	21.3

※人件費を除く。

消費生活センター予算の推移（単位：千円）						
区分	令和2年度 (2020年度)	令和3年度 (2021年度)	令和4年度 (2022年度)	令和5年度 (2023年度)	令和6年度 (2024年度)	令和7年度 (2025年度)
予算額	45,504	48,048	47,756	45,561	47,435	57,546
指数（令和2年度を100.0とする）	100.0	105.6	104.9	100.1	104.2	126.5

Ⅱ 令和7年（2025年度）度消費者行政の事業説明

1 消費生活行政の総合的な推進

(1) 「広島市消費生活条例」の運用

市民の消費生活の安定と向上を確保するため、本市及び事業者の責務並びに消費者等の役割を明らかにするとともに、消費者の利益の擁護や増進に関する本市の施策についての必要事項を定めた「広島市消費生活条例」を平成18年(2006年)10月に公布し、平成19年(2007年)4月に全部施行した。平成24年(2012年)3月には一部改正（平成24年(2012年)4月1日施行）し、基本計画の策定を規定した。本市は同条例に基づき、消費者施策を実施している。

(2) 第3次広島市消費生活基本計画の推進

「広島市消費生活条例」に基づき、平成25年（2013年）3月に「広島市消費生活基本計画」を、平成30年（2018年）3月に「第2次広島市消費生活基本計画」を策定し、推進を図っていたが、「第2次広島市消費生活基本計画」が令和4年度（2022年度）で満了となることから、令和5年（2023年）3月に「第3次広島市消費生活基本計画」を策定した。同計画により、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図っている。

なお、同計画は「消費者教育の推進に関する法律」第10条第2項に定められた「消費者教育推進計画」にも位置付け、消費者教育の推進に取り組んでいる。

<計画の概要>

ア 計画期間

令和5年度(2023年度)から令和9年度(2027年度)までの5年間

イ 計画の内容

「消費者が主役となる社会の形成-消費者被害のない社会と消費者市民社会の構築を目指して-」を基本目標に掲げ、4つの基本方針（消費生活の安全・安心の確保、消費者の被害の救済、消費者教育の推進、持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進）の下、5年間の重点課題・目標を掲げて消費生活の安定と向上を目指す。

ウ 計画の推進

(ア) 計画の推進体制

広島市の関係部局、国、県、近隣市町の関係機関、消費者団体、事業者団体等との連携の下、消費者施策を推進する。また、計画の内容や消費者施策の実施状況等については、広島市消費生活審議会に報告するとともに、広島市ホームページで公表する。

(イ) 計画の進行管理

計画の着実な実施を図るため、毎年度、「消費者施策（個別施策）実施状況」を作成するとともに、PDCAサイクルの実施による適正な進行管理を行う。

(3) 広島市消費生活審議会の運営

消費生活に関する重要な事項について、学識経験者等の意見を聴取することにより、本市の消費者施策の効果的な実施を図る。

(4) 広島市消費生活審議会消費者教育部会の運営

消費者教育に関する重要な事項について、学識経験者等の意見を聴取することにより、本市の消費者教育に係る施策の効果的な実施を図る。

なお、本部会は「消費者教育の推進に関する法律」第20条第1項に基づく「消費者教育推進地域協議会」として位置付ける。

(5) 広島市消費生活審議会消費者安全確保部会の運営

消費者安全の確保に関する重要な事項について、学識経験者等の意見を聴取することにより、本市の消費者安全の確保に係る施策の効果的な実施を図る。

なお、本部会は「消費者安全法」第11条の3第1項に基づく「消費者安全確保地域協議会」として位置付ける。

2 消費生活行政推進のための施策

基本方針1 消費生活の安全・安心の確保

(1) 危害・危険の防止

ア 商品・サービスの安全性の確保

消費生活に欠かせない商品やサービスの安全性を確保するよう、関係法令等に基づき、関係施設等への立入検査や監視・指導等を実施するとともに、安全性についての正しい知識の普及を目的とした講習会等や情報提供、必要に応じて安全性の確保に関する補助制度による支援を実施する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 広島市消費生活条例に基づく事業者への調査・指導・勧告等

事業者への調査・指導・勧告等を行い、被害の発生や拡大の防止を図る。

イ 消費者事故の発生・拡大の防止

生命・身体にかかわる消費者事故の発生・拡大を防ぐよう、他機関と連携した商品テストを実施するとともに、重大事故が発生した場合は、迅速に、関係法令に基づく消費者庁への報告、消費者への情報提供などを行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(イ) 製品の性能・欠陥等に対する原因究明の支援

製品の性能・品質・欠陥等に関する苦情相談に対して、迅速かつ的確に国等の関係機関に商品テストを依頼し、原因究明の支援を行い、消費者事故の再発防止等に努める。

(ロ) 消費者事故等への迅速な対応

生命・身体に影響するような重大事故等が発生した場合には、速やかに消費者事故に関する情報を消費者庁に通知し、被害の拡大防止を図る。

また、商品事故等に関する緊急情報をホームページ等により市民へ情報提供し、被害の発生や拡大の防止を図る。

(2) 適正な取引環境の確保

ア 表示・規格・計量等の適正化

商品やサービスを選択する基準である表示等の適正化を図るよう、関係法令等に基づき、関係施設等への立入検査や監視・指導等を実施するとともに、計量についての正しい知識の普及を目的とした啓発事業を実施する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 家庭用品品質表示法等に基づく立入検査

家庭で使用する製品について、立入検査を実施し、必要に応じて指導等を行い、家庭用品等の品質に関する表示の適正化を図る。

(イ) 広島市消費生活条例に基づく表示基準の必要性等の検討等

消費者が商品やサービスを選択する際の判断基準となる表示等について、条例に基づき事業者が遵守すべき基準の策定の必要性について検討し、適正な取引環境の確保に努める。

また、消費生活条例に基づき、必要に応じて事業者への調査・指導・勧告・公表を行い、被害の発生や拡大の防止を図る。

イ 生活関連物資の安定供給

生活関連物資が安定的に適正な価格で供給されるよう、価格動向等を調査し、公表するとともに、中央卸売市場における生鮮食品等の取引の適正化等に努める。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 物価の監視・調査等

日常生活に関連の深い生活関連物資について、消費生活モニターにより価格動向等の調査を行うとともに、ホームページで公表し、生活関連物資の安定供給を図る。

また、生活関連物資の価格が著しく上昇した場合等には、消費生活条例に基づき特定生活関連物資として指定し、必要な調査を行うとともに、事業者が円滑な流通を妨げているなどと認められる場合には、事業活動を是正するよう指導や勧告を行う。

(3) 事業者に対する指導

ア 国・県と連携した事業者指導

悪質な消費者被害を防止するよう、国や県と情報交換を行い、行政処分の可能性がある場合には、県等の関係機関と連携し、適切に対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 国・県との情報交換

国・県の会議等に参加し、消費者被害等に関する情報交換を行い、悪質な消費者被害の防止に努める。

イ 広島市消費生活条例に基づく不当取引行為への対応

不当な取引行為が懸念される事案が生じた場合には、事業活動の是正を図るよう、事業者への状況聴取等を行い、是正が図れないような悪質な場合には、条例に基づく指導等を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 事業者からの事情聴取等の実施

不当な取引行為が懸念される場合には、事業者への状況聴取、三者面談等を行うことで実態を把握するとともに、事業者と改善について協議を行い、事業活動の是正を図る。

(イ) 広島市消費生活条例に基づく不当取引防止のための情報収集

条例に定める不当な取引行為の禁止に係る運用について、他都市の取組について調査・研究し、不当取引の防止に努める。

(4) 安全・安心な地域づくりの推進

ア 地域連携による安全・安心な環境づくりの推進

自ら消費者被害を予防することが困難な弱い消費者が、地域で安心して暮らせるよう、消費者被害の防止等につながる講座やパンフレットの配布等による情報提供を行う。また、地域団

体等と連携した見守り体制を活用するとともに、地域での消費者被害の防止等の担い手となる消費生活サポーターや消費生活協力団体の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 地域住民への情報提供

消費者被害や消費生活センターの業務内容に関する情報を地域住民に直接届けることにより、消費者被害の防止を図るとともに、消費生活センターの認知度を向上させ、消費生活相談につなぐ。

(イ) 消費者安全確保部会の構成団体と連携した見守り体制の整備

消費者安全確保部会の構成団体に所属する方に、消費生活に関する見守り活動のあり方を学ぶための講座等を実施し、消費生活サポーターや消費生活協力団体として、見守り活動に取り組む体制を整備することにより、消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

(ウ) 見守り関係団体等との連携

消費生活協力団体や地域包括支援センター等と情報を共有し、地域の見守り活動を実施することにより、消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

なお、令和7年度は、見守り関係団体と更なる連携強化のため、デジタル技術を活用した取組の導入を検討する。

イ ぜい弱な消費者の権利擁護の推進

判断能力が不十分または意思や権利を主張することが困難な高齢者や障害者等の権利を擁護するよう、財産侵害から保護する制度等を周知し、その利用促進を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 消費生活相談におけるぜい弱な消費者の権利擁護の推進のための関係機関の紹介

自立した消費生活が難しいと思われる場合には、家族や介護支援専門員などに権利擁護のための制度や行政の福祉関係窓口を紹介し、利用を促すことにより、消費者被害の未然防止につなげるよう努める。

基本方針2 消費者の被害の救済

(1) 相談体制の充実

ア 相談機能の強化

消費者が消費生活相談をしやすい環境を整備するよう、電子メールでの相談受付やオンライン相談等、多様な相談機会を提供するとともに、国が検討している消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション（DX）についても、動向等を踏まえながら、迅速に対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応

デジタルトランスフォーメーション（DX）の進展を踏まえ、相談者が消費生活相談をしやすい環境の整備に取り組み、相談者の利便性の向上と業務の効率化を図る。

なお、令和7年度は、国が令和8年10月稼働を予定している消費生活相談の新システムの整備に向け、ネットワークの整備等を行う。

(イ) 消費生活相談での外国人への対応

多言語で生活に関する相談などを行う外国人相談窓口や音声通訳アプリを活用することにより、日本語が十分理解できない外国人の相談対応を強化する。

イ 相談対応力の向上

消費生活相談員が、複雑化・多様化する相談内容に対応できるよう、研修等により、業務に関

する専門知識の習得や相談対応時のコミュニケーション能力等の向上を図るとともに、全国消費生活情報ネットワークに集積している消費者被害に関する情報を活用し、消費者被害の拡大防止を図る。また、靈感商法や訪問販売により不当な勧誘があった場合等には、弁護士等と連携し、相談の解決に向けた的確な助言を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 国民生活センター等主催の相談業務に係る研修への参加

国民生活センターが実施する専門研修や県が実施する研修に相談員を参加させ、専門知識を習得するとともに、総合的な能力の向上に努める。

(イ) 消費生活センター主催の相談業務に係る研修の実施

消費生活センターにおいて研修を実施し、相談対応能力などの相談員の総合的な資質の向上に努める。

(ウ) 弁護士会との事例検討会の実施

弁護士を講師に招き、解決困難事例等について事業者との交渉方法等のアドバイスを受ける事例検討会を実施し、複雑化・多様化する消費者トラブルに対応するための能力向上を図る。

(エ) 消費者被害に関する広域的情報共有

全国消費生活情報ネットワークを活用し、全国または広島広域都市圏等での消費生活相談等に関する情報を把握し、市民に提供することで、被害拡大の防止を図る。

また、相談情報をネットワークに登録することにより、全国の消費生活センターと情報共有を図るとともに、相談データの管理・検索の効率化を図る。

(オ) 相談員のあっせんによる契約トラブル等の解決

複雑・高度な内容の消費生活相談で事業者との交渉が必要な場合には、相談員が消費者と事業者の間に入って交渉し、あっせんによる問題解決を図る。

(カ) 弁護士による助言業務の実施

専門的な法律知識を要する相談については、相談員が弁護士からの的確な助言を仰ぎ、消費者トラブルの解決を図る。

ウ 消費者紛争・訴訟への支援

法律の専門家の見識を必要とするなど、消費生活相談による苦情処理では解決が困難な相談については、条例に基づき、弁護士等で組織された消費生活紛争調停委員会における調停等により、解決を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 消費生活紛争調停委員会における調停等

消費生活紛争調停委員会で被害救済の調停及び訴訟費用の貸付の認定等の審議を行い、解決を図る。

また、消費生活紛争調停委員会で、調停で解決できなかった苦情などについて、一定の要件を満たす場合は、訴訟に必要な費用の貸付けを行う。

(イ) 適格消費者団体との連携

適格消費者団体との連携を進めるとともに、被害拡大の恐れのある場合は、相談者に同団体へ情報の提供を働きかけ、被害の拡大防止に努める。

エ 広島市消費生活センターの周知

消費生活に関わるトラブルや悩みについては、消費生活センターがその解決に向けた助言等を行う機関であることを周知し、相談に導くよう、消費生活センターの業務内容や消費者被害に関する情報等を様々な広報媒体を活用し情報提供を行うとともに、消費者団体等と連携した啓発活

動の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 消費生活情報紙の作成等

消費生活情報紙「知っ得なっとく」を作成し、市民等に提供することにより、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

(イ) 市広報紙等を活用した情報提供

市の広報紙や広報番組、SNSなどを活用し、消費生活に関する情報を市民に提供することにより、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

(ウ) 消費者力向上キャンペーン事業

消費者自らの学習意欲を高めるため、消費者団体、事業者団体等と協力し、消費者月間や各種イベントに合わせて消費者啓発事業を実施することにより、消費者力の向上を図る。

(2) 関係機関との連携

ア 行政機関との連携

消費者トラブルが潜在化しないよう、より適切な相談窓口への紹介や情報交換など、市関係相談窓口や他の行政機関との相互の連携を図る。また、架空請求やインターネット販売での詐欺行為等、犯罪につながる可能性がある相談の場合には、県警と連携して対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 市関係相談窓口との連携

消費生活センターと消費者問題に関係する相談窓口及び関係機関が連携し、相談内容の解決や情報共有を進める。

(イ) 多重債務問題対策における関係機関等との連携

多重債務問題関係課長連絡会議における多重債務の相談状況や実状等の情報交換や、窓口で市民と接する関係課職員への研修会を開催することにより、相談窓口への誘導や多重債務に苦しむ市民の早期発見に努める。

(ウ) 県消費生活センターとの連携

消費生活相談において、行政処分の可能性がある案件については、県消費生活センターと情報交換を行い、連携して対応することにより、悪質な消費者被害の防止に努める。

(エ) 県警との連携

消費生活相談において、犯罪につながる可能性がある案件について、県警と情報交換を行い、連携して対応することにより、悪質な消費者被害の防止に努める。

イ 相談機関等との連携

複雑化・多様化する消費者トラブルに対応できるよう、弁護士会等による相談会の実施や業界団体等との情報交換など、相談機関等との相互の連携を図る。また、多重債務や専門的な法律知識を要する相談があった場合には、弁護士会などの相談機関等と連携して対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 弁護士会等との連携による相談会の実施

弁護士会、司法書士会等との連携により無料相談会を実施し、消費生活センターのみでは解決することが困難な事案について専門家の協力を得て解決を図る。

(イ) 各種業界の相談窓口との連携

消費生活センターに寄せられる消費者の苦情や相談等について、事業者団体等へ情報提供し、事業者との連携を深めることにより、消費者トラブルの解決を図る。

また、業界団体との情報交換や会議の場を利用して、情報交換を行い、消費者トラブルの解決を図る。

(3) 消費者意見の反映

ア 消費者施策への消費者意見の反映

消費者施策を市民の消費生活の安定と向上に効果的につなげるよう、消費者が消費者施策に参画し、その意見を述べる機会を設け、消費者意見を消費者施策に適切に反映させるとともに、必要に応じて条例に基づく措置を講じる。

(ア) 消費生活相談における消費者の意見・要望等の把握・反映

消費生活に関する相談及び苦情の処理・あっせんを行う際に、消費者の意見・要望等を的確に把握し、消費者施策に反映する。

(イ) 消費生活審議会への消費者団体、公募市民の参画

消費生活審議会への消費者団体及び公募市民の参画による意見聴取などにより、市民意見を反映する。

(ウ) 消費生活モニター、ホームページにおける消費者の意見の募集

物価調査において消費生活モニターからの意見を聴取する。また、必要に応じてホームページにおいて消費者の意見の募集を行い、消費者施策に適切に反映させる。

(エ) 市長への申出制度

消費者の権利が侵害されていることについて相当な理由があるとき、市長へその旨の申出があった場合は、条例に基づく措置を講じる。

基本方針３ 消費者教育の推進

(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

ア 学校における消費者教育の推進

自立した消費者として行動することができる力を育成するよう、学習指導要領に基づく消費者教育教材の作成やSNSを活用した情報提供等を行うとともに、消費者教育コーディネーターによる学校訪問や出前講座など、教育委員会と連携した消費者教育の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 消費者教育教材の作成等

消費生活について、わかりやすく学ぶための消費者教育教材や教員が指導するときに参考となる指導資料等を作成・配布することにより、自立した消費者の育成を図る。

(イ) 消費者教育コーディネーターの学校訪問

消費者教育コーディネーターが学校を訪問し、学校現場の情報収集や消費生活センターからの情報提供を行い、教育委員会と連携した消費者教育の推進を図る。

(ウ) 大学等における消費者教育の推進

大学等に、新入生を対象にした消費者教育の実施を働きかけるとともに、消費生活に関する情報を提供することにより、クレジットカード、悪質商法等に係るトラブル防止を図る。

イ 地域・家庭・職場における消費者教育の推進

生涯を通じて切れ目なく消費者教育を受けられるよう、消費者教育教材等による情報提供や、出前講座や親子で学ぶ学習会など、年齢層に応じた啓発活動を行うとともに、自立した消費者の育成につながる取組を進めている事業者等を顕彰し、取組意欲の向上を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

なお、令和7年度は職域向けの消費者教育を推進するため、事業者団体等へ声掛けを行い、意識向上を図る。

(ア) 消費生活出前講座の実施

学校、高齢者団体、地域で高齢者を支援する団体などに講師を派遣し、消費者トラブルの実例などを通して、消費生活の基礎的知識の普及に努め、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

(イ) 電子メディアに関する講習会の開催

青少年や保護者及び教職員等を対象として、インターネットやSNS等電子メディアの利用に係る危険性、正しい活用方法及び利用する際の家庭でのルールづくりに関する講習会を開催し、青少年の電子メディアの適正利用を促す。

(ウ) 小学生向け夏休み研究学習会等の実施

夏休み期間中に、家庭生活に密着した消費者教育を行う学習会を実施し、消費行動の実践力の向上を目指す。

(エ) 二十歳を祝うつどいにおける消費者啓発

二十歳を祝うつどいにおいて、消費者被害に関する情報を提供するなど消費者啓発を行うことにより、消費者力の向上を図る。

(オ) 消費者力向上キャンペーン事業

消費者自らの学習意欲を高めるため、消費者団体、事業者団体等と協力し、消費者月間や各種イベントに合わせて消費者啓発事業を実施することにより、消費者力の向上を図る。

(カ) 消費者啓発用品の貸出

団体や個人からの依頼に応じて、啓発図書やDVD、タペストリー等を貸出し、市民の消費生活に関する知識の向上を図る。

(2) 消費者教育推進のための人材の育成

ア 学校における人材の育成

学校での消費者教育において推進役となる教員の指導力が向上するよう、教員への消費者教育研修や講座を実施するとともに、消費者教育コーディネーターによる実践指導や授業をサポートできる人材の紹介等、教員への支援を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 教員を対象とした消費者教育研修の実施

国民生活センターの消費者教育研修に教員を派遣することにより、教員の指導力の向上を図る。

(イ) オンラインによる消費者教育講座の実施

WEB会議システム等を利用したオンラインによる消費者教育講座を実施することにより、教員の学習機会を提供し、総合的な資質の向上に努める。

なお、令和7年度は、昨年度末に作成した「教員向け消費者教育オンライン講座－事例編－」の活用を図る。

(ウ) 消費者教育コーディネーターによる教員への支援

教育委員会や学校と連携して、学校における消費者教育の現状と課題を把握し、各学校での取組を推進するとともに、消費生活に関する情報提供や消費者教育に係る実践指導等を行うことにより、学校での消費者教育の推進を図る。令和7年度も教員採用前研修での講話を行う。

(エ) 消費者教育をサポートする人材のあっせん

消費者教育に関する授業に必要な専門的な知識を持つ人材をあっせんすることにより、わかりやすい授業の実現を図る。

(オ) 消費者教育コーディネーターの育成

消費者教育コーディネーターが、研修会への参加等により、消費者問題や消費者教育に関する知識等を身に付け、学校と連携した効果的な消費者教育の推進を図る。

イ 地域における人材の育成

地域での消費者教育の担い手として期待される消費者団体や高齢者の見守り活動を実施する団体等の活動がより活発になるよう、消費者被害の防止に関する講座や情報提供等を行うとともに、消費者団体への教育活動に対する支援等を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 消費生活出前講座の実施

学校、高齢者団体、地域で高齢者を支援する団体などに講師を派遣し、消費者トラブルの実例などを通して、消費生活の基礎的知識の普及に努め、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

(イ) 消費者大学の実施

消費者問題に対する学習意欲の高い消費者を対象に消費者大学を開講し、地域における消費者活動を担う人材づくりに取り組む。

(ウ) 消費生活サポーターの育成

高齢者等の見守り活動のあり方を学ぶための講座の実施や活動を支援する情報の提供等により、見守り活動を担う人材を育成し、高齢者等の消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

なお、令和7年度は、消費生活サポーターの見守り活動の充実を図るため、国民生活センターを通じて講師を招き、消費生活サポーター研修を実施するとともに、養成講座を実地で行い、新たな人材の育成を目指す。

(エ) 消費生活協力団体の育成

高齢者等の見守り活動のあり方を学ぶための講座の実施や活動を支援する情報の提供等により、消費者安全の確保に取り組む消費生活協力団体を育成し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

(オ) 公益社団法人広島消費者協会への支援

公益社団法人広島消費者協会が実施する教育活動・調査研究活動や地区活動等に対する事業補助、常勤職員の人件費補助を行い、地域で消費者教育を行う人材を育成する。

(カ) 消費者の自主活動の場の提供

消費者のための活動について、研修室を無料で提供することにより、消費者団体等の自主的な活動を支援する。

基本方針4 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進

(1) エシカル消費の推進

ア エシカル消費の普及啓発

一人一人の消費行動が、人や社会、環境に重大な影響を及ぼすことに配慮して、消費者が自主的かつ合理的な消費行動を行うことができるよう、エシカル消費に関する意識を高めるための情報提供や地域で活動している団体等と連携した啓発活動等を実施するとともに、エシカル消費に関連する商品を扱う店舗や市の啓発活動等を紹介するエシカルマップを作成し、エシカル消費の普及啓発活動の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) エシカルマップの作成

エシカル消費に関連する商品を扱う店舗やエシカル消費に関連する取組等が、身近にあることを周知するためのマップを作成し、市民のエシカル消費への意識を高めるとともに、行動の促進を図る。

なお、令和7年度は、エシカルマップ登録事業者と連携したイベントを実施するなどの取組を行い、エシカル消費の普及啓発を図る。

(イ) 消費者団体や事業者等と連携したエシカル消費の普及啓発事業

エシカル消費を普及促進するための動画やパンフレット等を用いて、各地域で活動している団体や事業者等と連携を図り、啓発活動を実施する。

(2) 持続可能な社会の形成に向けた事業活動の推進

ア 消費者志向経営の推進

事業者が、消費者全体の視点に立った事業活動を行うよう、消費者志向経営に関する情報提供を行うとともに、消費者志向経営に取り組んでいる事業者を顕彰し、取組意欲の向上を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

(ア) 事業者に向けた消費者志向経営の普及啓発

様々な機会をとらえて、事業者に消費者志向経営に関する情報提供等を行い、普及啓発を図る。

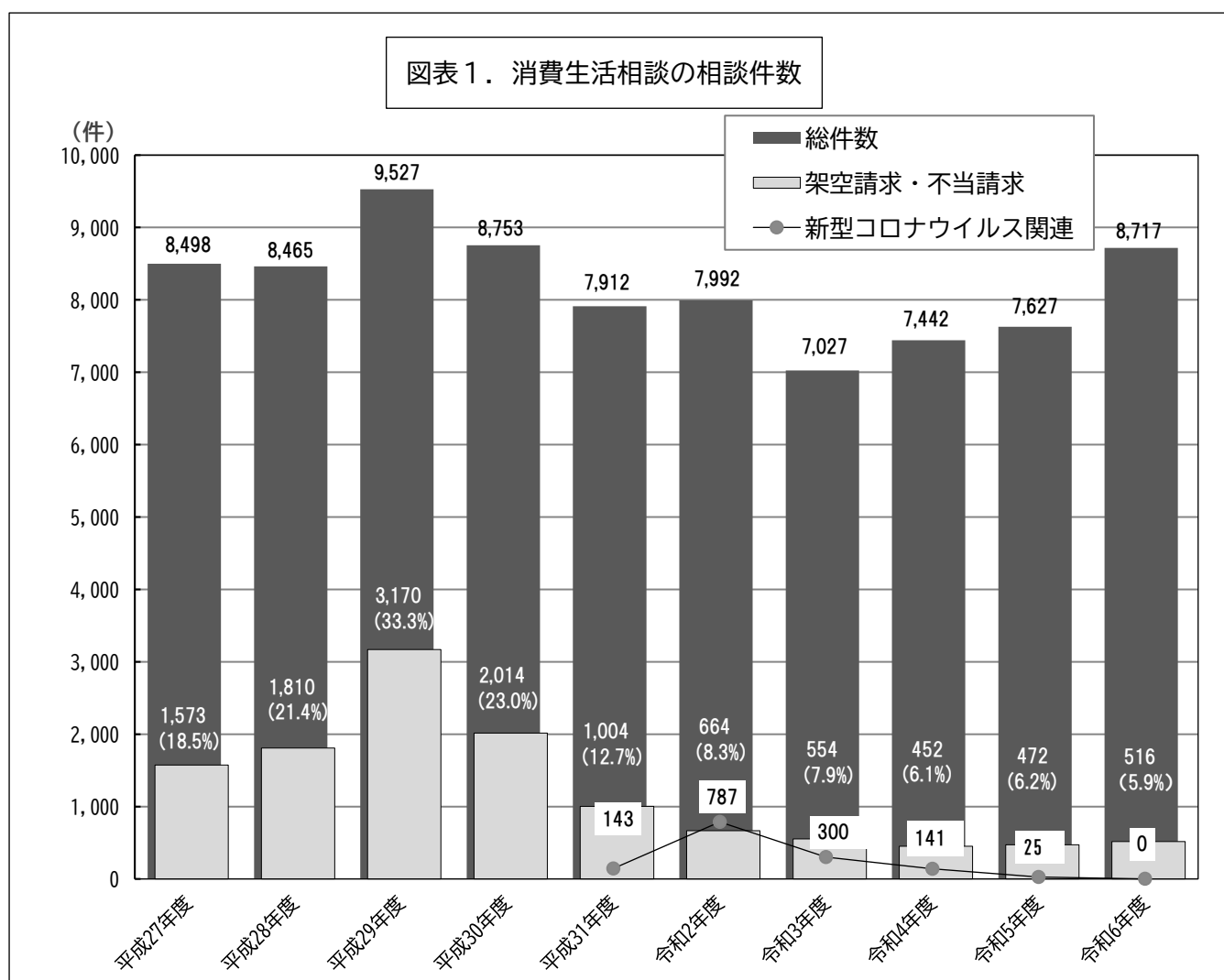
Ⅲ 令和6年度（2024年度）消費生活相談の概要

1 消費生活相談の相談状況

(1) 消費生活相談の相談件数

令和6年度に広島市消費生活センターに寄せられた相談は全体で8,717件となり、前年度に比べ1,090件増加した。

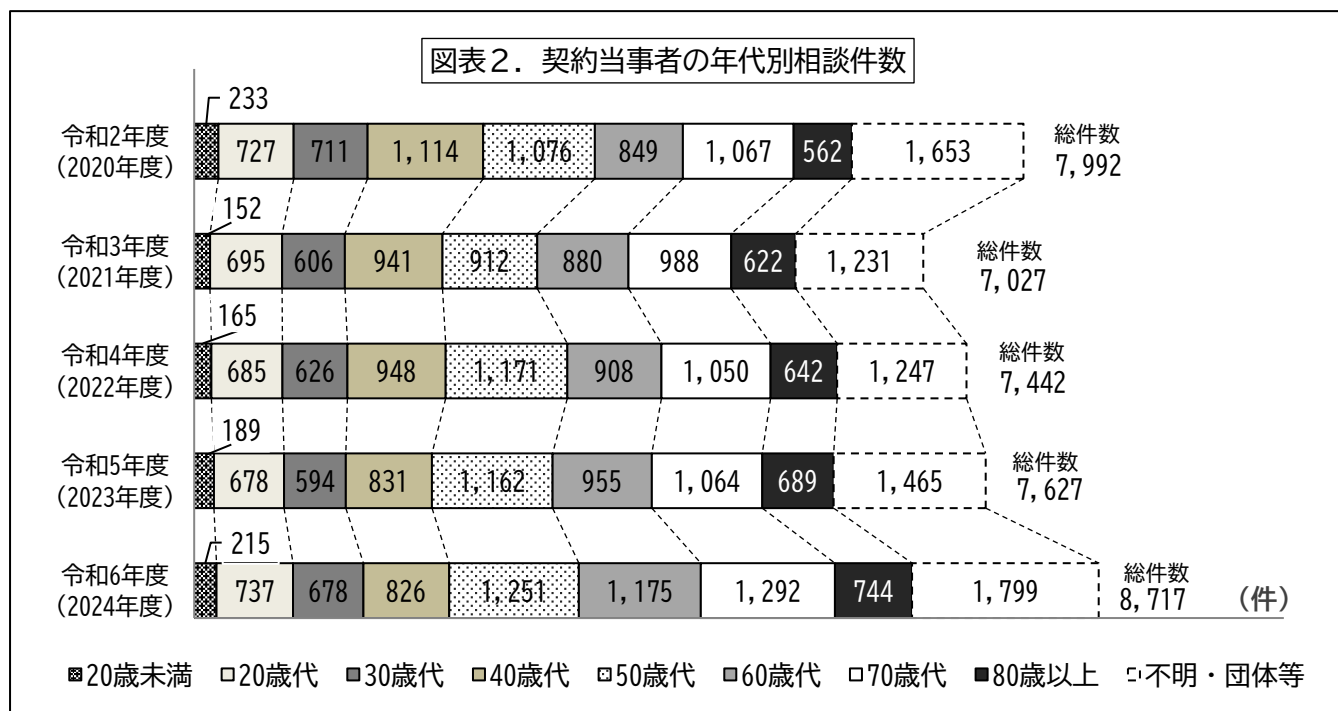
「架空請求・不当請求」の相談は、516件（総件数の5.9%）であり、前年度に比べ44件増加した。平成29年には総件数の33.3%を占めており、その後、毎年度減少していたが、令和5年度からは再び増加している。



(2) 年代別の相談推移

令和6年度の相談件数は、前年度に比べ「40歳代」では5件減少したが、それ以外の年代では、「20歳未満」が26件、「20歳代」が59件、「30歳代」が84件、「50歳代」が89件、「60歳代」が220件、「70歳代」が228件、「80歳以上」が55件増加した。

また、令和6年度の年代別の相談割合は、「70歳代」が14.8%と全年代で最も多かった。



2 商品・役務別の相談状況

(1) 商品・役務別の相談件数

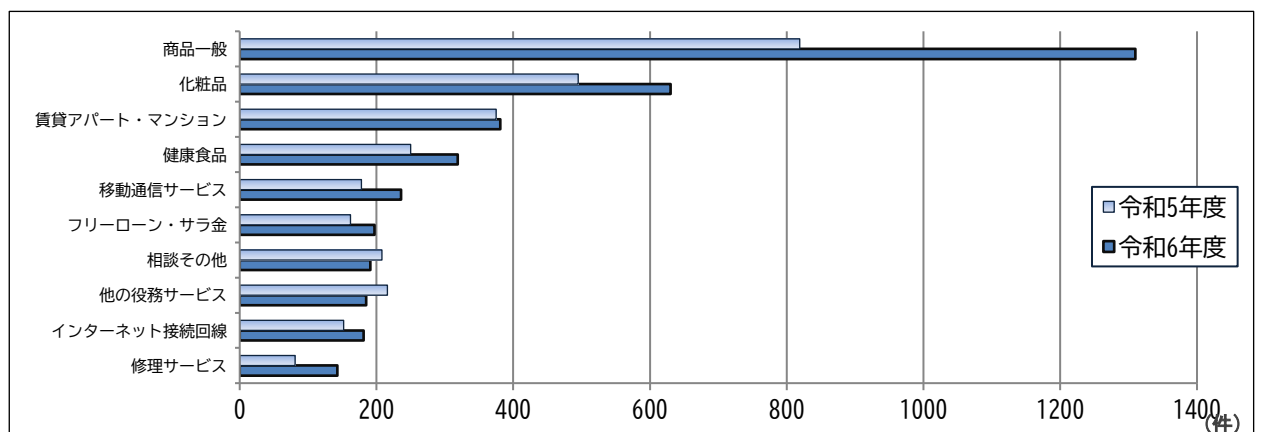
令和6年度の相談件数は、架空請求などの「商品一般」に区分される相談が前年度と同様に最も多く、前年度に比べ491件増加した。

相談件数が増加したものとしては、「商品一般」が491件（160.0%）、「化粧品」が135件（127.3%）、「賃貸アパート・マンション」が6件（101.6%）、「健康食品」が69件（127.6%）、「移動通信サービス」が58件（132.6%）、「フリーローン・サラ金」が35件（121.6%）、「インターネット接続回線」が29件（119.1%）、「修理サービス」が62件（176.5%）増加した。

相談件数が減少したものとしては、「相談その他」が17件（91.8%）、「他の役務サービス」が31件（85.6%）減少した。

図表3. 商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	区 分	令和6 年度 (件)	令和5 年度 (件)	前年度 差 (件)	前年度 比 (%)	主 な 内 容
1	商品一般	1,310	819	491	160.0	公的機関や債権回収業者を騙った架空請求はがきやメール、宅配会社を騙った不在配達メール、代引きで届いた頼んだ覚えのない商品など
2	化粧品	630	495	135	127.3	意図しない定期購入、基礎化粧品、シャンプー、除毛剤、ファンデーションなど
3	賃貸アパート・マンション	381	375	6	101.6	賃貸アパートの契約、修理代、原状回復に関するトラブルなど
4	健康食品	319	250	69	127.6	意図しない定期購入、ロイヤルゼリー、ダイエットサプリなど
5	移動通信サービス	236	178	58	132.6	携帯電話サービス、モバイルデータ通信など
6	フリーローン・サラ金	197	162	35	121.6	消費者金融・クレジットカード会社からのローン（借金）の整理、過払い金請求など
7	相談その他	191	208	▲17	91.8	個人間のトラブル、労働問題、アンケート調査、交通事故など
8	他の役務サービス	185	216	▲31	85.6	パソコンのウィルス対策、占いサイトなど
9	インターネット接続回線	181	152	29	119.1	プロバイダー、インターネット回線の電話勧誘販売など
10	修理サービス	143	81	62	176.5	トイレの水漏れやガス給湯器の訪問販売など
その他		4,944	4,691	253	105.4	
合 計		8,717	7,627	1,090	114.3	



(2) 年齢構成別の商品・役務別の相談件数

ア 若年層（30歳未満）

令和6年度の総件数は952件で、前年度に比べ85件増加した。脱毛エステや美容エステの契約などの「エステティックサービス」の相談及び迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」の相談が最も多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和6年度の総件数は2,755件で、前年度に比べ168件増加した。「商品一般」の相談が最も多く、次いで乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が多かった。

ウ 高齢層（60歳以上）

令和6年度の総件数は3,211件で、前年度に比べ503件増加した。「商品一般」の相談が最も多く、次いで「化粧品」の相談が多かった。

図表4. 年齢構成別の商品・役務別の相談件数（上位5位）

若年層（30歳未満）								
令和6年度（総件数 952 件）			令和5年度（総件数 867 件）			令和4年度（総件数 850 件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	エステティックサービス	88	1	エステティックサービス	107	1	エステティックサービス	127
1	商品一般	88	2	商品一般	62	2	賃貸アパート・マンション	60
3	賃貸アパート・マンション	80	3	賃貸アパート・マンション	61	3	インターネットゲーム	41
4	医療サービス	57	4	インターネットゲーム	59	4	商品一般	39
5	インターネットゲーム	49	5	内職・副業その他	47	5	内職・副業その他	35

一般層（30歳代～50歳代）								
令和6年度（総件数 2,755 件）			令和5年度（総件数 2,587 件）			令和4年度（総件数 2,750 件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	商品一般	264	1	商品一般	228	1	化粧品	273
2	化粧品	201	2	化粧品	188	2	商品一般	232
3	賃貸アパート・マンション	149	3	賃貸アパート・マンション	176	3	賃貸アパート・マンション	144
4	健康食品	92	4	健康食品	94	4	相談その他	89
5	フリーローン・サラ金	76	5	フリーローン・サラ金	71	5	健康食品	87

高齢層（60歳以上）								
令和6年度（総件数 3,211 件）			令和5年度（総件数 2,708 件）			令和4年度（総件数 2,601 件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	商品一般	441	1	商品一般	325	1	商品一般	340
2	化粧品	354	2	化粧品	247	2	化粧品	261
3	健康食品	171	3	健康食品	113	3	相談その他	92
4	移動通信サービス	95	4	他の役務サービス	85	4	健康食品	85
5	他の役務サービス	82	5	インターネット接続回線	70	5	移動通信サービス	74

3 販売購入形態別の相談状況

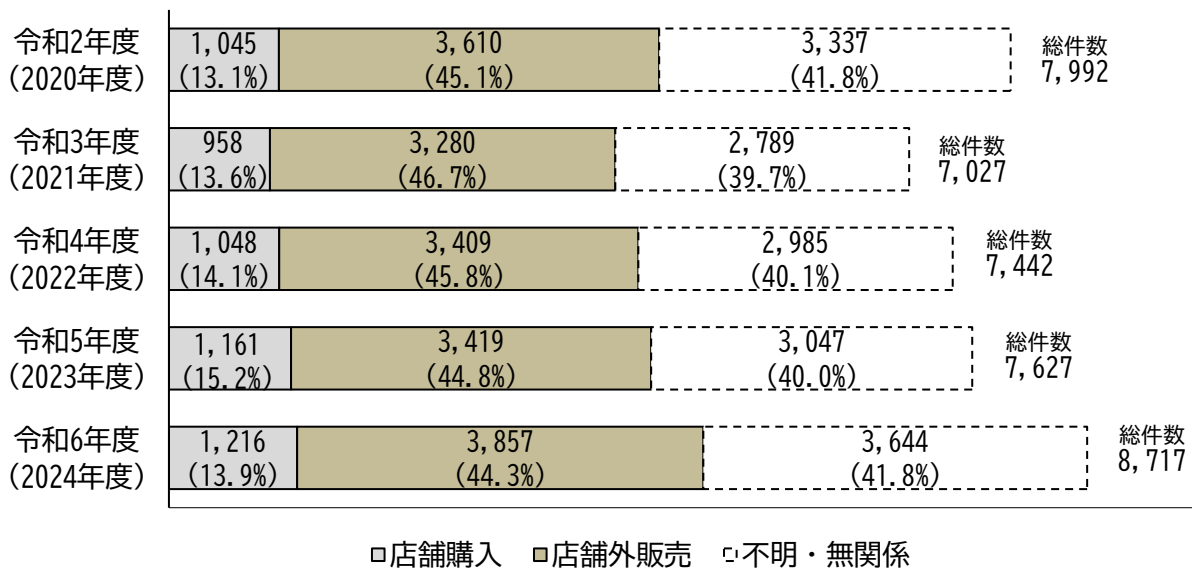
(1) 販売購入形態別の相談件数

令和6年度における店舗購入の相談件数は1,216件となり、前年度に比べ55件増加した。

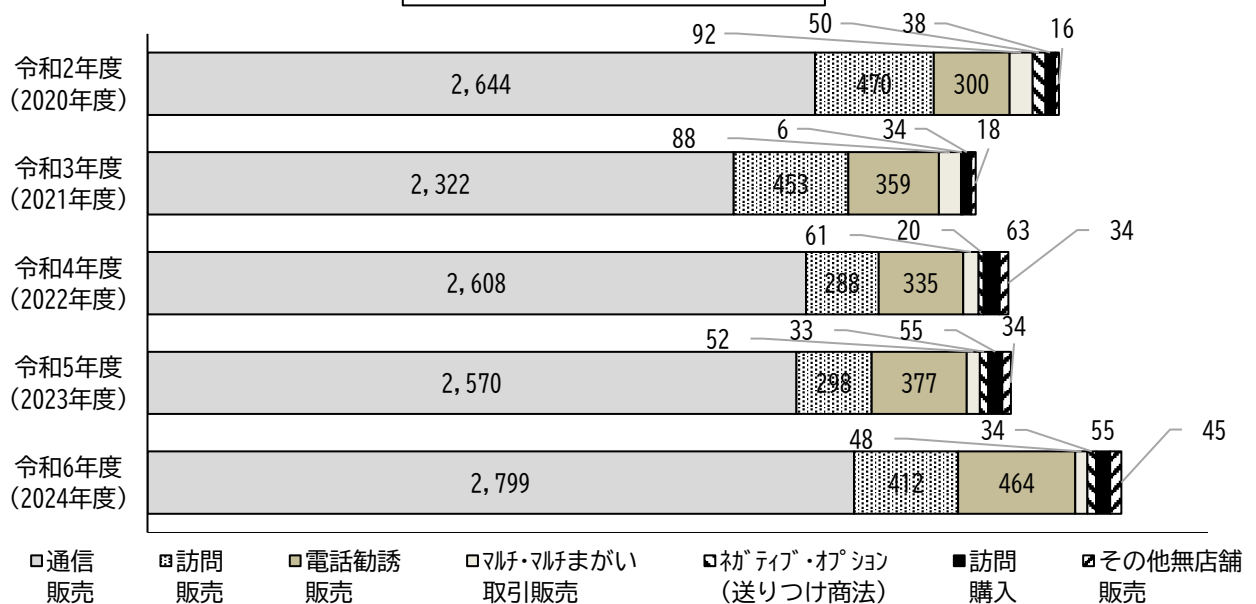
店舗外販売の相談件数は、3,857件となり、前年度に比べ438件増加し、消費生活相談の総件数8,717件のうち、店舗外販売が占める割合は、44.3%となり、前年度とほぼ同じ割合であった。

また、店舗外販売のうち、相談件数が多いものは、「通信販売」が2,799件と最も多く、次いで「電話勧誘販売」が464件、「訪問販売」が412件であった。

図表5. 販売購入形態別の相談件数



図表6. 店舗外販売の相談件数



(2) 店舗外販売の相談件数

ア 通信販売

総件数 2,799 件のうち、乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が最も多く、次いでダイエットサプリなどの「健康食品」の相談が多かった。

イ 電話勧誘販売

総件数 464 件のうち、プロバイダー契約などの「インターネット接続回線」の相談が最も多く、次いでパソコンのウィルス対策、占いサイトなどの「他の役務サービス」の相談が多かった。

ウ 訪問販売

総件数 412 件のうち、トイレの水漏れやガス給湯器などの「修理サービス」の相談が最も多く、次いで家屋の屋根の修繕などの「屋根工事」の相談が多かった。

図表 7. 店舗外販売ごとの相談件数（上位 5 位）

① 通信販売 (総件数 2,799 件)

順位	区 分	件数
1	化粧品	586
2	健康食品	271
3	商品一般	181
4	紳士・婦人洋服	81
5	インターネットゲーム	69

② 訪問販売 (総件数 412 件)

順位	区 分	件数
1	修理サービス	59
2	屋根工事	32
3	インターネット接続回線	30
4	ガス瞬間湯沸器	20
5	他の役務サービス	18

③ 電話勧誘販売 (総件数 464 件)

順位	区 分	件数
1	インターネット接続回線	73
2	他の役務サービス	57
3	内職・副業その他	40
4	商品一般	32
5	電気	25

④ マルチ・マルチまがい 取引販売 (総件数 48 件)

順位	区 分	件数
1	内職・副業その他	6
2	その他金融関連サービス	5
2	商品一般	5
2	浄水器	5
5	健康食品	4

⑤ ネガティブ・オプション (送りつけ商法) (総件数 34 件)

順位	区 分	件数
1	商品一般	16
2	他の身の回り品	2
2	魚介類全般	2
4	インターネット接続回線	1
4	カレンダー	1

⑥ 訪問購入 (総件数 55 件)

順位	区 分	件数
1	商品一般	13
2	アクセサリ	11
3	和服	5
4	四輪自動車	3
4	家具類	3

⑦ その他無店舗販売 (総件数 45 件)

順位	区 分	件数
1	移動通信サービス	4
2	健康食品	2
2	内職・副業その他	2
2	和服	2
2	解錠サービス	2

(3) 年齢構成別の通信販売の相談件数

ア 若年層（30歳未満）

令和6年度の総件数は306件で、前年度に比べ34件減少した。オンラインゲームなどの「インターネットゲーム」の相談が最も多く、次いで乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和6年度の総件数は1,078件で、前年度に比べ150件増加した。「化粧品」の相談が最も多く、次いでダイエットサプリなどの「健康食品」の相談が多かった。

ウ 高齢層（60歳以上）

令和6年度の総件数は1,122件で、前年度に比べ82件増加した。「化粧品」の相談が最も多く、次いで「健康食品」の相談が多かった。

図表8. 年齢構成別の通信販売の相談件数（上位5位）

若年層（30歳未満）								
令和6年度（総件数306件）			令和5年度（総件数340件）			令和4年度（総件数308件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	インターネットゲーム	48	1	インターネットゲーム	55	1	インターネットゲーム	39
2	化粧品	21	2	内職・副業その他	22	2	化粧品	29
3	商品一般	18	3	化粧品	21	3	健康食品	17
4	紳士・婦人洋服	15	3	商品一般	21	4	内職・副業その他	16
5	内職・副業その他	14	5	出会い系サイト・アプリ	18	4	出会い系サイト・アプリ	16

一般層（30歳代～50歳代）								
令和6年度（総件数1,078件）			令和5年度（総件数928件）			令和4年度（総件数1,216件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	化粧品	191	1	化粧品	227	1	化粧品	260
2	健康食品	83	2	健康食品	87	2	健康食品	81
3	商品一般	64	3	商品一般	66	3	商品一般	71
4	紳士・婦人洋服	38	4	他の役務サービス	35	4	紳士・婦人洋服	67
5	娯楽等情報配信サービスその他	25	5	紳士・婦人洋服	28	5	アダルト情報	32

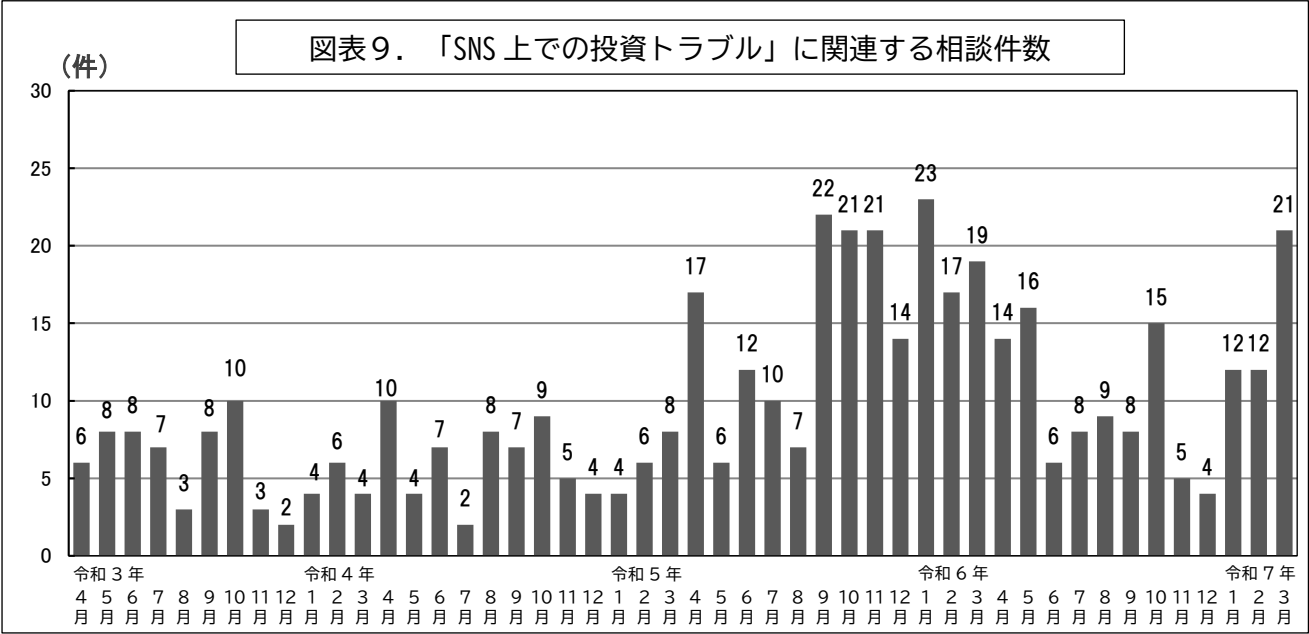
高齢層（60歳以上）								
令和6年度（総件数1,122件）			令和5年度（総件数1,040件）			令和4年度（総件数852件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	化粧品	334	1	化粧品	177	1	化粧品	245
2	健康食品	146	2	健康食品	86	2	商品一般	74
3	商品一般	54	3	商品一般	67	3	健康食品	57
4	医薬品類	34	4	紳士・婦人洋服	49	4	アダルト情報	27
5	他の役務サービス	33	5	内職・副業その他	27	5	紳士・婦人洋服	26

4 注目事例

(1) 「SNS上での投資トラブル」に関連する消費生活相談

ア 相談件数

相談件数は、令和3年度の69件、令和4年度の74件に比べ、令和5年度には189件と急増した。令和6年度は130件と減少したものの、高い水準で推移した。



イ 年代別の相談件数

年代別の相談件数を年度ごとでみると、令和4年度で最も多かったのは、20歳代の16件、令和5年度で最も多かったのは、40歳代の36件、令和6年度で最も多かったのは20歳代の26件だった。

図表10. 「SNS上での投資トラブル」に関連する年代別の相談件数

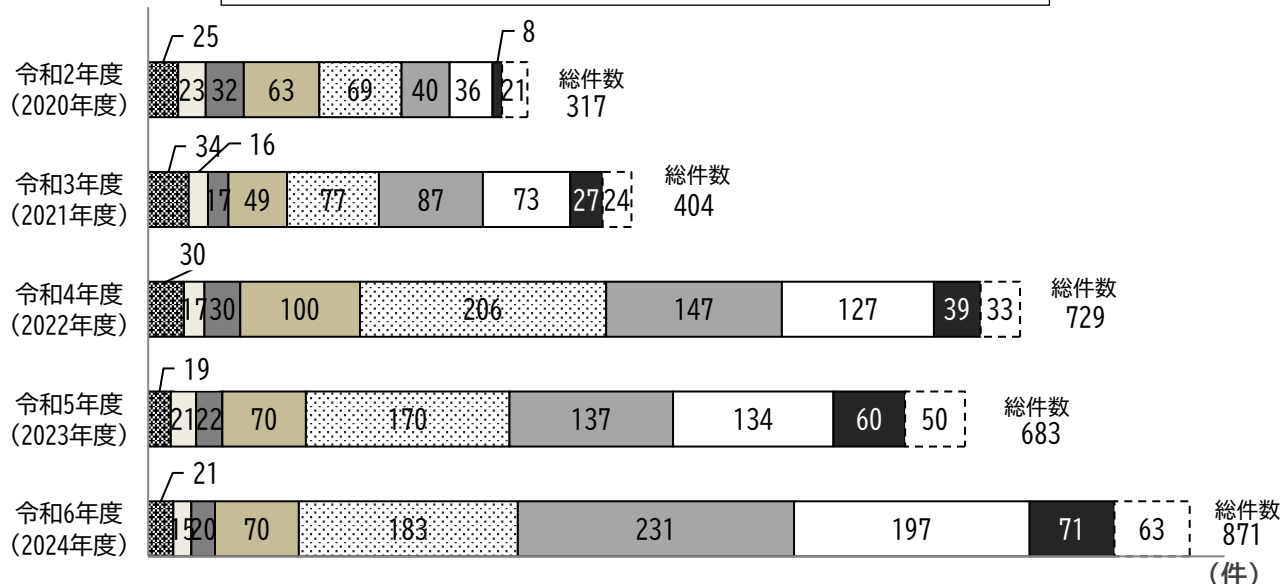
令和6年度（総件数 130 件）		令和5年度（総件数 189 件）		令和4年度（総件数 74 件）	
年 代	件数	年 代	件数	年 代	件数
20歳未満	3	20歳未満	7	20歳未満	0
20歳代	26	20歳代	34	20歳代	16
30歳代	15	30歳代	19	30歳代	12
40歳代	20	40歳代	36	40歳代	12
50歳代	14	50歳代	30	50歳代	9
60歳代	21	60歳代	34	60歳代	11
70歳代	19	70歳代	19	70歳代	10
80歳以上	7	80歳以上	0	80歳以上	2
無回答	5	無回答	10	無回答	2

(2) 「定期購入」に関連する消費生活相談

ア 相談件数

相談件数は、令和４年度に急激に増加し、令和５年度は若干減少したが、令和６年度は８７１件で、前年度に比べ１８８件増加した。年代別でみると、６０歳代及び７０歳代で相談件数が非常に増加している。

図表１１．「定期購入」に関連する契約当事者の年代別相談件数



■20歳未満 □20歳代 ■30歳代 ■40歳代 ■50歳代 ■60歳代 □70歳代 ■80歳以上 □不明・団体等
※2021年３月までの相談件数は「通信販売」で相談概要に「定期」と記載のある相談件数。

イ 商品・役務別の相談件数

令和５年度、令和６年度ともに、乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」に関する相談が最も多く、次いでダイエットサプリなどの「健康食品」に関する相談が多かった。「化粧品」に関する相談は、令和５年度に１０８件減少し、４１５件となっていたが、令和６年度は５３１件で前年度に比べ１１６件増加した。

図表１２．「定期購入」に関連する商品・役務別の相談件数(上位１０位)

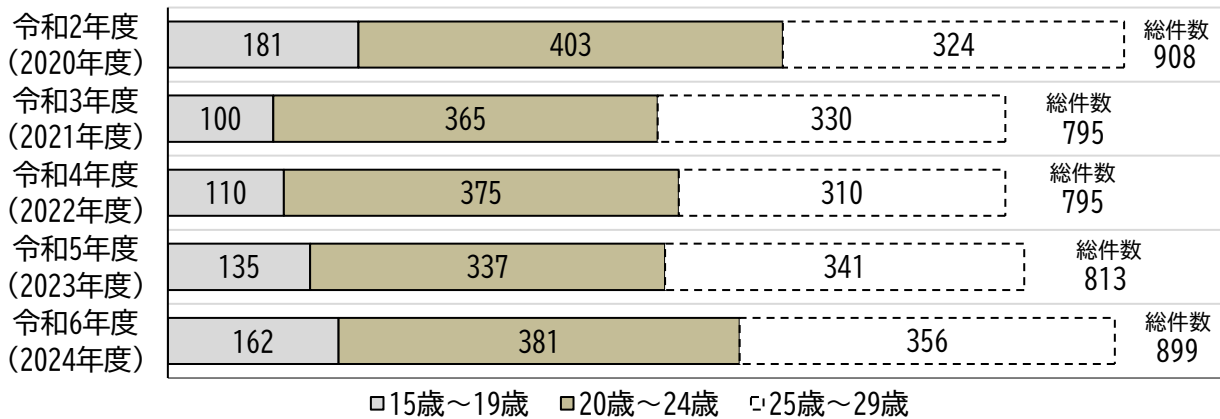
令和６年度（総件数 871 件）			令和５年度（総件数 683 件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	化粧品	531	1	化粧品	415
2	健康食品	230	2	健康食品	167
3	医薬品類	39	3	タバコ用品	29
4	飲料	15	4	医薬品類	24
5	タバコ用品	9	5	飲料	9
6	他の保健衛生用品	8	6	商品一般	7
6	防虫・殺虫用品	8	7	防虫・殺虫用品	6
8	調理食品	6	8	ペット用品	3
9	商品一般	5	9	メガネ・コンタクトレンズ	2
10	ペット用品	2	9	書籍	2

(3) 若者の消費生活相談

ア 相談件数

相談件数は、令和３年度、令和４年度とも７９５件、令和５年度は８１３件、令和６年度は８９９件となり、前年度に比べ８６件増加した。年代別でみると、令和６年度は２０歳～２４歳の件数が３８１件と最も多く、次いで２５歳～２９歳の３５６件、１５歳～１９歳の１６２件となっていた。

図表１３． 若者の消費生活相談件数



イ 商品・役務別の相談件数

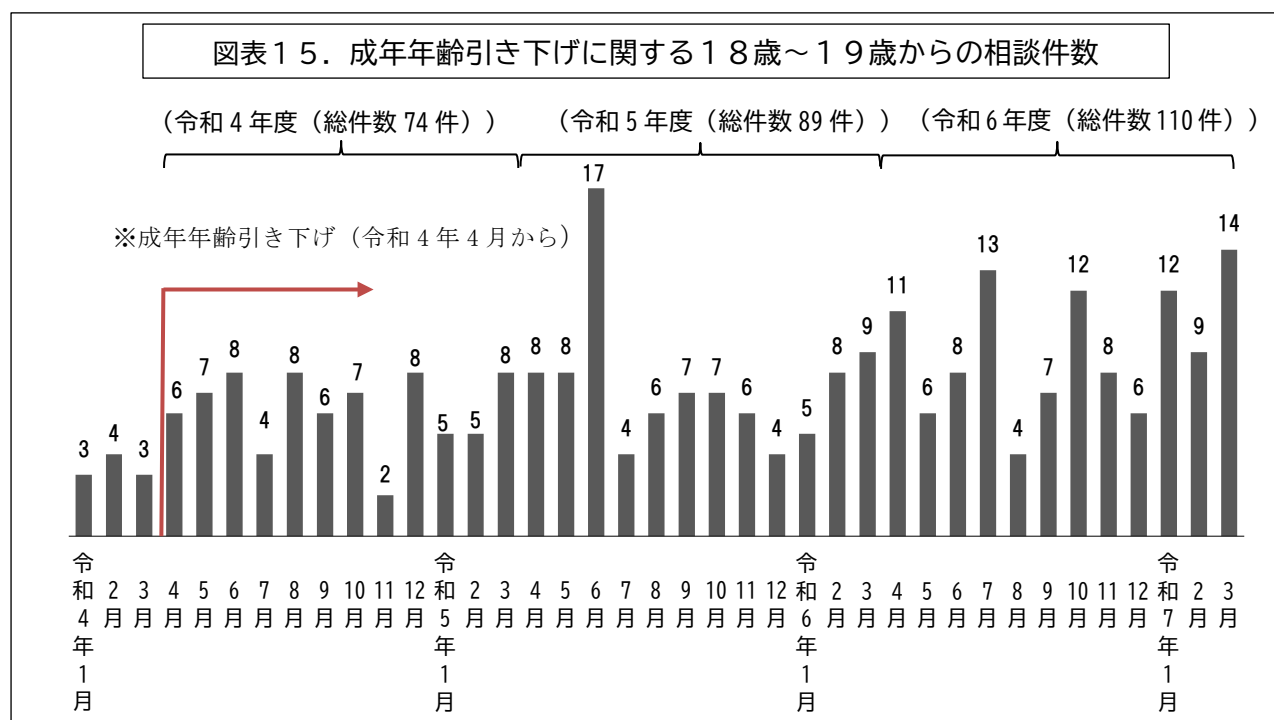
商品役務別でみると、１５歳～１９歳、２０歳～２４歳ではともに、脱毛エステや美容エステの契約などの「エステティックサービス」の相談が最も多く、次いで迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」が多かった。２５歳～２９歳は、賃貸アパートの契約、原状回復に関するトラブルなどの「賃貸アパート・マンション」の相談が最も多く、次いで「商品一般」の相談が多かった。

図表１４． 若者からの相談における商品・役務別の相談件数(上位 10 位)

15 歳～19 歳（総件数 162 件）			20 歳～24 歳（総件数 381 件）			25～29 歳（総件数 356 件）		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	エステティックサービス	28	1	エステティックサービス	46	1	賃貸アパート・マンション	49
2	商品一般	17	2	商品一般	37	2	商品一般	33
3	インターネットゲーム	12	3	賃貸アパート・マンション	26	3	フリーローン・サラ金	24
4	紳士・婦人洋服	11	4	医療サービス	25	3	医療サービス	24
5	化粧品	9	5	内職・副業その他	23	5	内職・副業その他	15
6	医療サービス	8	6	フリーローン・サラ金	19	6	エステティックサービス	14
7	移動通信サービス	6	7	修理サービス	13	7	移動通信サービス	9
8	賃貸アパート・マンション	5	8	その他金融関連サービス	9	8	携帯電話	7
9	他の教養・娯楽サービス	4	8	インターネット接続回線	9	9	インターネット接続回線	6
9	健康食品	4	8	移動通信サービス	9	9	他の役務サービス	6

ウ 成年年齢引き下げに関する１８歳～１９歳からの相談件数

１８歳～１９歳からの相談件数については、成年年齢が引き下げられた令和４年度以降増加しており、令和５年度は８９件、令和６年度は１１０件となり、前年度に比べ２１件増加した。



エ 成年年齢引き下げに関する１８歳～１９歳の商品・役務別の相談件数

１８歳～１９歳の商品・役務別の相談件数は、令和４年度、令和５年度、令和６年度いずれも、「エステティックサービス」の相談が最も多く、次いで、令和５年度、令和６年度ではともに、迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」の相談が多かった。

図表１６．成年年齢引き下げに関する１８歳～１９歳からの商品・役務別の相談件数

令和６年度(総件数 110 件)			令和５年度(総件数 89 件)			令和４年度(総件数 74 件)		
順位	区 分	件数	順位	区 分	件数	順位	区 分	件数
1	エステティックサービス	27	1	エステティックサービス	14	1	エステティックサービス	13
2	商品一般	12	2	商品一般	9	2	化粧品	6
3	紳士・婦人洋服	6	3	内職・副業その他	5	3	移動通信サービス	5
4	医療サービス	5	4	他の役務サービス	4	4	内職・副業その他	4
4	賃貸アパート・マンション	5	5	健康食品	3	5	インターネットゲーム	3

IV 令和6年度（2024年度）消費者行政の実績報告

1 消費生活行政の総合的な推進

(1) 広島市消費生活基本計画の推進

令和5年（2023年）3月に策定した「第3次広島市消費生活基本計画」に基づき、広島市の関係部局、国、県、近隣市町の関係機関、消費者団体、事業者団体等との連携の下、消費者施策を推進した。また、消費者施策の実施状況等について、第1回広島市消費生活審議会において報告するとともに、広島市ホームページで公表した。

なお、計画の着実な実施を図るため、「消費者施策（個別施策）実施状況」を作成するとともに、PDCAサイクルの実施による適正な進行管理を行った。

また、不当な取引行為の指定の変更について、第2回消費生活審議会において諮問を行い、答申を受けた上で、ホームページ等で公表した。

(2) 広島市消費生活審議会の開催

回	開催日	内 容
1	8月29日	【報告事項】 ○ 令和5年度消費者行政の実績報告について ○ 令和6年度消費者行政の事業説明について ○ 「第3次広島市消費生活基本計画」に基づく令和5年度消費者施策（個別施策）実施状況について ○ 「第3次広島市消費生活基本計画」に基づく消費者施策達成目標の進捗状況について 【その他】 ○ 広島市議会における消費生活に係る質問について
2	11月28日	【議事（諮問案件）】 ○ 不当な取引行為の指定の変更について 【報告事項】 ○ 広島市消費生活センターの運営について

(3) 広島市消費生活審議会消費者教育部会、消費者安全確保部会の開催

ア 消費者教育部会

回	開催日	内 容
1	1月29日	【議事】 ○ 消費者教育の推進に係る消費者施策（個別施策）の実施状況等について

イ 消費者安全確保部会

回	開催日	内 容
1	1月30日	【議事】 ○ 地域連携による安全・安心な環境づくりの推進について

2 消費生活行政推進のための施策

基本方針1 消費生活の安全・安心の確保

(1) 危害・危険の防止

ア 商品・サービスの安全性の確保

(ア) 広島市消費生活条例に基づく事業者への調査・指導・勧告等

消費生活相談の際に、随時、事業者に改善を促すほか、「広島市消費生活条例」に基づき、指導に従わない場合には、事業者名の制裁的公表まで行うことを前提とした指導を行っている。

また、消費生活関連法令等に違反する行為を事業者が行っている疑いのある場合には、事業者規制に係る権限のある国、広島県等の関係行政機関への情報提供や被害者の事情聴取への同意取得への協力などを行った。

- ・ 事業者への調査・指導・勧告等の実績 0件

イ 消費者事故の発生・拡大の防止

(ア) 製品の性能・欠陥等に対する原因究明の支援

製品の性能・品質・欠陥等に関する苦情相談に対して、迅速かつ的確に国等の関係機関に商品テストを依頼し、原因究明の支援を行い、消費者事故の再発防止等に努めた。

- ・ 商品テストの依頼件数 0件

(イ) 消費者事故等への迅速な対応

生命・身体に影響するような重大事故等が発生した場合には、速やかに消費者事故に関する情報を消費者庁に通知し、被害の拡大防止を図った。

また、製品安全に係るホームページを刷新するとともに、消費生活センターの展示コーナーにて市民へ情報提供し、被害の発生や拡大の防止を図った。

- ・ 重大事故等の通知件数 2件

(2) 適正な取引環境の確保

ア 表示・規格・計量等の適正化

(ア) 家庭用品品質表示法等に基づく立入検査

家庭で使用する製品について、立入検査を実施し、必要に応じて指導等を行い、家庭用品等の品質に関する表示の適正化を図った。

⑦ 「電気用品安全法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店 1 店舗へ立ち入り、「電気用品安全法」に基づいて指定された電気用品及び特定電気用品について P S E マーク等の表示がない電気用品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

電気用品の区分	電気用品名	検査点数	不適正表示点数
電熱器具	電気ジャー	3	0
電動応用機械器具	電気草刈機	1	0
光源及び光源応用機械器具	電気スタンド	3	0
交流用電気機械器具	シェーバー	1	0
リチウムイオン蓄電池	電動工具	1	0
合 計		9	0

※ 電気用品のうち、「電気用品安全法施行令」で定められている電気用品及び特定電気用品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示す P S E マークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定電気用品



電気温水器
電熱式・電動式おもちゃ
電気ポンプ
電気マッサージ器
自動販売機
直流電源装置
など全 1 1 6 品目

特定電気用品以外の電気用品



電気こたつ
電気冷蔵庫
電気歯ブラシ
電気かみそり
白熱電灯器具
音響機器
リチウムイオン蓄電池
など全 3 4 1 品目

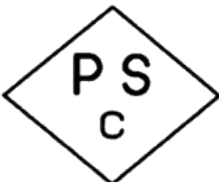
① 「消費生活用製品安全法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「消費生活用製品安全法」に基づいて指定された特定製品及び特別特定製品についてPSCマーク等の表示がない特定製品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

※ 検査は検査対象品目として指定されている消費生活用製品12品目のうちから1品目を選定し行うものであり、令和6年度はライターを検査品目として選定し立入検査を行った。

製品名	検査点数	不適正表示点数
ライター	2	0
合 計	2	0

※ 消費生活用製品のうち、「消費生活用製品安全法施行令」で定められている特定製品及び特別特定製品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示すPSCマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定製品	特別特定製品
 家庭用の圧力なべ及び圧力がま 乗車用ヘルメット 登山用ロープ 石油給湯機 石油ふろがま 石油ストーブ 磁石製娛樂用品 吸水性合成樹脂製玩具	 乳幼児用ベッド 携帯用レーザー応用装置 浴槽用温水循環器 ライター

② 「ガス事業法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「ガス事業法」に基づいて指定されたガス用品及び特定ガス用品についてPSTGマーク等の表示がないガス用品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

ガス用品名	検査点数	不適正表示点数
ガスこんろ	2	0
合 計	2	0

※ ガス用品のうち、「ガス事業法施行令」で定められているガス用品及び特定ガス用品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示すPSTGマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定ガス用品	特定ガス用品以外のガス用品
 半密閉燃焼式ガス瞬間湯沸器 半密閉燃焼式ガスストーブ 半密閉燃焼式ガスバーナー 付ふろがま ガスふろバーナー	 開放燃焼式・密閉燃焼式・屋外式 ガス瞬間湯沸器 開放燃焼式・密閉燃焼式・屋外式 ガスストーブ 密閉燃焼式・屋外式ガスバーナー 付ふろがま ガスこんろ

① 「家庭用品品質表示法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「家庭用品品質表示法」に基づいて指定された家庭用品について適正な品質表示の有無等について検査を行った。

家庭用品名	検査点数	不適正表示点数
繊維製品（手袋、布団カバー）	4	0
合成樹脂加工品（製氷用器具、バケツ）	3	0
電気機械器具（電気コーヒー沸器、卓上スタンド用蛍光灯器具）	4	0
雑貨工業品（椅子、腰掛け及び座椅子、歯ブラシ）	6	0
合 計	17	0

※ 家庭用品のうち、「家庭用品品質表示法施行令」で定められている家庭用品については、品質に関し表示すべき事項やその表示方法等を定めている。

適正な品質表示の例

全体表示

綿 100%	羊毛 50% カシミア 50%	COTTON 50% ポリエステル 30% 再生繊維（セルロース）20%
〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999	〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999	〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999

分離表示

たて糸 綿 100% よこ糸 レーヨン 100% 〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999	地糸 ポリエステル 100% 柄糸 レーヨン 100% 〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999	本体 綿 50% 麻 50% 衿 ポリエステル 100% 〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999	身頃 綿 100% 袖 牛革 〇〇××株式会社 東京都千代田区〇〇町××番地 TEL 03-9999-9999
--	---	---	--

(イ) 広島市消費生活条例に基づく表示基準の必要性等の検討等

消費者が商品やサービスを選択する際の判断基準となる表示等について、県と協議を行い条例に基づき事業者が遵守すべき基準の策定の必要性について検討するため県の現状及び検討状況の確認を行った。

イ 生活関連物資の安定供給

(ア) 物価の監視・調査等

日常生活に関連の深い生活関連物資について、消費生活モニターにより価格動向等の調査を行うとともに、ホームページで公表し、生活関連物資の安定供給を図った。

調査対象品目等	調査方法等
・日用品（６品目） 紙製ゴミ袋、クラフトテープ、乳幼児用紙おむつ、カセットガスボンベ クリーニング代、ガソリン	小売店での店頭価格調査 ・定店方式 ・毎月上旬～中旬に１回実施
・食料品（８品目） うるち米、鶏卵、キャベツ、ほうれんそう、にんじん、きゅうり 小麦粉、食用油	

(3) 事業者に対する指導

ア 国・県と連携した事業者指導

(ア) 国・県との情報交換

国・県の会議等に参加し、消費者被害等に関する情報交換を行い、悪質な消費者被害の防止に努めた。

会議名	開催日	主催
都道府県等消費者行政担当課長会議	４月２３日	消費者庁
大都市消費者行政担当部課長連絡会議	６月１８日	当番都市：名古屋市
中国地域消費者被害情報連絡会	７月２９日	中国経済産業局
消費者行政ブロック会議	１１月 ６日	消費者庁
ブロック別消費生活センター所長会議	１１月 ６日	消費者庁
P I O－N E T 運営連絡会議	１２月１７日	独立行政法人国民生活センター

イ 広島市消費生活条例に基づく不当取引行為への対応

(ア) 事業者からの事情聴取等の実施

不当な取引行為が懸念される場合には、事業者への事情聴取等を行うことで実態を把握するとともに、事業者と改善について協議を行い、事業活動の是正を図った。

- ・ 不当取引行為に関する指導等 ０件

(イ) 広島市消費生活条例に基づく不当取引防止のための情報収集

条例に定める不当な取引行為の禁止に係る運用について、他都市の取組について情報収集し、不当取引の防止に努めた。

(4) 安全・安心な地域づくりの推進

ア 地域連携による安全・安心な環境づくりの推進

(ア) 地域住民への情報提供

⑦ 配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業

広島市高齢者配食サービス事業者に、高齢者の消費者被害についてのチラシ等を提供し、同サービスを利用している地域の高齢者に対し、食事とあわせてチラシを配布することで、消費者被害に関する注意等を促した。

- ・ 発行回数 12回
- ・ 発行部数 48,000部
- ・ 事業費 713千円

発行月	内容	
	表	裏
7月	インターネットで買ったものはクーリング・オフできません。	楽しい話や安売り目当てに通ったら…高額な商品を買うはめに
8月	通信販売の「定期縛りなし」という表記にご注意！	SNS上の投資グループ内で勧誘されるFX取引に注意
	クーリング・オフの通知方法知っていますか？	会員登録のつもりが…別サイトでのサブスク契約に
	屋根工事の無料点検商法にご注意！	被害回復は困難！SNS上で著名人を名乗る投資話の勧誘に注意
	強引な訪問購入にご注意！	冷静に判断して！美容医療サービスのトラブル
11月	出会い系サクラサイト商法にご注意ください！	洗濯用パック型液体洗剤の誤飲に注意
	個人名義の口座に振り込むように言われたら要注意！	高額な前金を支払ったのに…リフォーム工事の契約トラブル
12月	商品が届かない！詐欺的なサイトの被害にご用心	SMSやメールでのフィッシング詐欺に注意
	ウォーターサーバーの勧誘トラブルにご注意！	重大な事故につながるおそれも！長期使用の石油ファンヒーター
3月	パソコン画面に突然警告が出た！	実在する事業者をかたり未納料金を請求する詐欺に注意
	「当選おめでとうございます。」等の通知にご注意！	残りわずか？焦らせて購入させるネット通販のわな
	トイレの修理お願いしてみたら思わぬ高額請求！	古いカセットボンベの取り扱いに注意

① 高齢者への消費生活相談周知事業

高齢者に消費生活センターを周知し、消費生活相談につなげることで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るために、高齢者いきいき活動ポイント事業等の通知送付時にあわせ、啓発チラシを配布した。

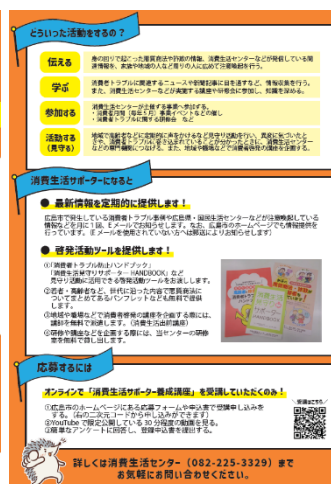
- ・ 対象者 65歳以上の市民
- ・ 発行回数 1回
- ・ 発行部数 230,000部
- ・ 事業費 543千円



⑤ 食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業

一般消費者向けに作成した消費生活サポーター募集についてのチラシを、生協ひろしまに食材配達時に併せて配布してもらうことにより、消費生活サポーターへの登録勧奨を行うとともに消費者被害に関する注意喚起を行った。

- ・発行部数 70,000部
- ・事業費 143千円



⑤ 消費者啓発パンフレット等の作成等

消費者被害の未然防止及び消費者契約の知識普及のため、当センター展示コーナーのデジタルサイネージで啓発動画を放映した。また消費者啓発パンフレット等を購入し、小・中・高等・中等教育・特別支援学校、出前講座受講者、消費生活サポーター、地域包括支援センター、消費生活協力団体などに配布した。

消費者啓発パンフレット

名 称	内 容	作成・ 購入部数(部)
新成人のための ステップアップ ガイド	新成人を対象に、「成人したら何が変わるのか」等、消費生活に関わることを中心に解説	3, 0 0 0
ぼくたち、わたし のくらし を考えよう	小学生を対象にした消費者教育パンフレットで、「消費者ってなに?」「商品の選び方」「地球に優しい生活」「ネットの安全な使い方」について解説	1, 0 0 0
つくろう! 消費 者が主役の社会	高校生を対象にした消費者教育読本で、高校生が消費者であることを自覚し、「消費者市民社会」を形成する消費者になるための考え方や具体的な行動を紹介	1, 0 0 0
小学生も消費者	小学生やその保護者を対象に、買い物をする際の注意点やインターネットトラブルについて紹介	1 2, 0 0 0
中学生も消費者	中学生やその保護者を対象に、買い物をする際の注意点やインターネットトラブルについて紹介	1 2, 0 0 0
はじめません か? エシカル消 費	エシカル消費とはどういうものなのか。具体的にどんな行動ができるのかなど、「エシカル消費」について具体的に紹介	1, 0 0 0

消費者啓発物品

名 称	内 容	作成部数(部)
啓発用うちわ	消費者ホットライン 1 8 8 の連絡先入りうちわ	2, 0 0 0
啓発用バッジ	カープコラボの消費生活センター紹介バッジ	6 0 0
啓発用エコバッ グ	カープコラボの消費生活センター紹介エコバッグ	3 0 0
啓発用リーフレ ット	消費生活センター紹介リーフレット	4, 0 0 0
啓発用ボールペ ン	広島市消費生活センターの連絡先入りボールペン	1, 0 0 0
啓発用クリアファ イル	消費生活センター紹介クリアファイル	3, 0 0 0
啓発用ポケットティ ッシュ	消費者トラブル啓発ポケットティッシュ	3, 0 0 0

(イ) 消費者安全確保部会の構成団体と連携した見守り体制の整備

令和５年度の消費者安全確保部会において議論した「消費者安全確保部会の構成団体等と連携した見守り体制の整備（案）」に基づき、構成団体等が実施する研修会等に当センター職員が参加したほか、構成団体が主催する取組の広報を行った。また、機会を捉えた啓発グッズの配布、メール通信の配信先を増やすなど、消費生活に関する情報提供に努めた。

(ウ) 見守り関係団体等との連携

消費生活協力団体に対する、高齢者等の消費者被害に関する情報提供（毎月実施）や、地域包括支援センター等と情報を共有し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図った。

- ・ 地域包括支援センター等からの情報提供 ８３件

イ ぜい弱な消費者の権利擁護の推進

(ア) 消費生活相談におけるぜい弱な消費者の権利擁護の推進のための関係機関の紹介

自立した消費生活が難しいと思われる場合には、家族や介護支援専門員などに権利擁護のための制度や行政の福祉関係窓口を紹介し、利用を促すことにより、消費者被害の未然防止につなげるよう努めた。

- ・ 地域包括支援センターや社会福祉協議会等を紹介した件数 ４９件

基本方針２ 消費者の被害の救済

(1) 相談体制の充実

ア 相談機能の強化

(ア) 消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応

令和５年７月から開始したメール相談を引き続き実施したほか、国が令和８年１０月から稼働を予定している消費生活相談の新システムについて、本市におけるセキュリティ対策の仕様の検討等を行った。

- ・ 令和６年度中のメール相談件数 ４４件

(イ) 消費生活相談での外国人への対応

日本語が十分理解できない外国人の相談対応時には、多言語で生活に関する相談などを行う外国人相談窓口や音声通訳アプリを活用した。

イ 相談対応力の向上

(ア) 国民生活センター等主催の相談業務に係る研修への参加

国民生活センター等主催の研修に相談員（１３人）を参加させるとともに、広島県等が実施した研修にも参加させ、専門知識を習得するとともに、総合的な能力の向上に努めた。

(イ) 消費生活センター主催の相談業務に係る研修の実施

消費生活相談員研修として「消費者の誤解を誘引するネット広告からの定期購入について」を開催した。

消費者トラブルの最新事案、困難事案についての事例検討会を関係団体と開催し、相談業務体制の強化を図った。

実施日	講師	内 容
1月25日	消費者政策 企画担当課長 (弁護士資格有)	特定商取引法に係る消費者トラブルについて

(ウ) 弁護士会との事例検討会の実施

消費生活相談員から検討事例を募り、事例検討会を開催した。

実施日	講師	検討事例
3月8日	広島弁護士会 所属弁護士	住宅リフォームのトラブルに係る消費生活相談 対応について

(I) 消費者被害に関する広域的情報共有

全国消費生活情報ネットワークを活用し、全国又は広島広域都市圏等での消費生活相談等に関する情報の把握に努め、注意喚起が必要な相談情報を入手した場合には、ホームページや電子メールなどを活用し情報提供を行い、被害拡大の防止を図った。

また、相談情報をネットワークに登録することにより、全国の消費生活センターと情報共有を図るとともに、相談データの管理・検索の効率化を図った。

(オ) 相談員のあっせんによる契約トラブル等の解決

令和6年度消費生活相談の概要のとおり。

(カ) 弁護士による助言業務の実施

個別の相談事案に関する法的な問題について、相談者及び相談員が弁護士から助言を受けた(年50回)。

ウ 消費者紛争・訴訟への支援

(ア) 消費生活紛争調停委員会における調停等

消費生活紛争調停委員会における被害救済の調停及び訴訟費用の貸付の認定等の審議の実績はなかった。

(イ) 適格消費者団体との連携

個々の相談処理にあたって被害拡大の恐れのある相談については、適格消費者団体への情報提供を勧め、被害の拡大防止に努めた。

エ 広島市消費生活センターの周知

(ア) 消費生活情報紙の作成等

消費生活情報紙「知っ得なっとく」を年3回（6月、9月、2月）、6,000部（年間18,000部）作成・配布し、消費生活情報や苦情相談の事例等を消費者及び市町等関係機関へ情報提供することにより、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図った。

- ・ 事業費 201千円
- ・ 配布先 公的機関・施設、市内小・中・高等・中等教育・特別支援学校・大学、民生委員 など



(イ) 市広報紙等を活用した情報提供

市の広報紙や広報番組、SNSなどを活用し、消費生活に関する情報を市民に提供することにより、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図った。

- ・ 市民と市政
 - 9月15日号 消費生活サポーターになりませんか
 - 12月15日号 毎日の生活の中にエシカル消費を
 - 2月15日号 若者が遭いやすいトラブルはこれ！
- ・ テレビ広報番組
 - 5月 5日放送 デジタル時代に求められる消費者力とは？
 - 9月22日放送 消費生活サポーターについて
 - 12月 8日放送 エシカルマップでエシカル消費！
 - 3月16日放送 人との繋がりが広がる新年度！消費者トラブルに気をつけて
- ・ ホームページ掲載内容
 - 消費者被害の注意喚起
 - 消費生活情報紙「知っ得なっとく」の掲載 など
- ・ SNS掲載内容
 - SNSやマッチングアプリで知り合った人から勧誘される副業のトラブルに注意
 - おやこ消費者学習会の開催
 - 「NTTファイナンス」を名乗る架空料金請求詐欺に注意！
 - SNSで投資グループに勧誘される詐欺的な投資トラブルに注意！
 - 高齢者が狙われています！不要品の回収を装った訪問購入に要注意！
 - 給湯器の点検にご注意ください！
 - フィッシング詐欺にご注意ください！ など

(ウ) 消費者力向上キャンペーン事業

消費者自らの学習意欲を高めるため、消費者団体、事業者団体等と協力し、消費者月間や各種イベントに合わせて消費者啓発事業を実施することにより、消費者力の向上を図った。

区 分	開 催 期 間 等
パネル展示等	開催期間 5月1日～5月31日 開催場所 本庁舎及び各区役所 実施内容 《本庁舎》懸垂幕の設置 《各区役所》パネル展示及び啓発動画の放映
動画放映	開催期間 5月1日～5月31日 開催場所 区役所市民ロビー及び広島駅南口地下広場 実施内容 消費者被害防止PR動画の放映
デジタルサイネージでの配信	開催期間 5月16日～6月15日 実施内容 わが街ナビ（市内3箇所）及びブチエーサイネージ（市内19箇所）で消費者月間を周知
消費者力向上キャンペーン in マツダスタジアム	開催期間 7月9日 実施内容 消費者被害VR体験会の実施、啓発グッズの配布、啓発パネルの展示、大型モニターで消費者被害防止PR動画の放映



東区役所パネル展示



マツダスタジアムでのパネル展示

広島市消費生活センターからのお知らせ

買物や契約などのお困り事や心配な事は気軽に相談ください！

広島市民の方の相談窓口

TEL: **082-225-3300**

全国共通の電話番号

いやや TEL: **188** 局番なし

デジタル時代に求められる消費者力とは
(2024年消費月間テーマ)

デジタル化に伴う新たな消費者トラブルに注意しましょう！

社会のデジタル化が進んだことにより、消費者にとって便利になっている一方で、**悪質な事業者によるトラブルも多く発生しています**。正確な情報を見極め、トラブルから身を守りましょう。

デジタルサイネージでの配信画像



マツダスタジアムでのVR体験会



マツダスタジアムにて配布した啓発グッズ

(2) 関係機関との連携

ア 行政機関との連携

(ア) 市関係相談窓口との連携

相談内容に応じて、市内部の関連する窓口の連携により情報共有や問題解決に努めた。

(イ) 多重債務問題対策における関係機関等との連携

多重債務問題関係課長連絡会議において多重債務の相談状況や実状等の情報交換を行うとともに、窓口で市民と接する関係課職員への研修会を開催し、相談窓口への誘導や多重債務に苦しむ市民の早期発見に努めた。

なお、令和6年度の多重債務に関する相談件数は223件となり、令和5年度の185件に比べて38件増加した。

名称	開催日
多重債務問題関係課長連絡会議	11月1日（同日開催）
多重債務問題に関する研修会	

(ウ) 県生活センターとの連携

消費生活相談において、行政処分の可能性がある案件については、県生活センターと情報交換を行い、悪質な事業者の調査などに協力した。

(エ) 県警との連携

消費生活相談において、犯罪につながる可能性がある案件については、警察への通報を奨励し、問題の共有を図った。

イ 相談機関等との連携

(ア) 弁護士会等との連携による相談会の実施

多重債務問題について、弁護士会及び司法書士会から相談員を招き、市民向けの無料相談会を実施し、困難な事案の解決を図った。

- ・ 実施日 11月18日、11月27日、12月8日

(イ) 各種業界の相談窓口との連携

中国消費者窓口連絡協議会（CCCAC）の勉強会に参加し、情報交換等を行うことで、消費者トラブルの解決に役立てた。

(3) 消費者意見の反映

ア 消費者施策への消費者意見の反映

(ア) 消費生活相談における消費者の意見・要望等の把握・反映

相談員情報交換会や研修を通じて、消費者のニーズを検討し業務の向上に努めた。

(イ) 消費生活審議会への消費者団体、公募市民の参画

消費者団体、公募市民参画による消費生活審議会及び部会を開催し、意見を聴取した。審議会等の開催状況については、1(2)及び(3)のとおり。

(h) 消費生活モニター、ホームページにおける消費者の意見の募集
物価調査において消費生活モニターからの意見提出はなかった。

(i) 市長への申出制度

消費者の権利が侵害されていることについて、市長への申出の事案はなかった。

基本方針3 消費者教育の推進

(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

ア 学校における消費者教育の推進

(ア) 消費者教育教材の作成等

消費生活について、わかりやすく学ぶための消費者教育教材や教員が指導するときに参考となる指導資料等を作成・配布することにより、自立した消費者の育成を図った。

㊦ 教員向け消費者教育オンライン講座—事例編—の作成

児童・生徒の相談事例と助言を中心としたオンライン講座を作成した。



㊧ 啓発チラシ・リーフレット配布

小・中学生の消費者トラブル予防のための啓発チラシを、市立小・中・中等教育・特別支援学校、私立小・中学校の児童・生徒に約24,000部配布した。

また、高校生の消費者トラブル防止と成年年齢引き下げに係る啓発チラシを市立高校2、3年生に約5,000部配布した。



小学生向け



中学生向け

㊦ 「消費者教育情報」配信

市立小学校・中学校・高等学校・中等教育学校・特別支援学校・大学等へ最新の消費生活情報の提供を行った。

配信内容（広島市立学校分）

発行年月日	内 容
5月10日	「消費者教育情報」第1号 チラシ、パンフレットの配布について、「おやこ消費者学習会」の案内、教員向け研修会への講師派遣、出前講座の案内、「電気通信サービス Q&A」等の配付について 消費者庁で実施する外部講師を活用した消費者教育講座の御案内
7月11日	「消費者教育情報」第2号 もうすぐ夏季休業 学校でもゲーム課金やネットの使い方について注意喚起を、 「社会への扉」最新版について、国民生活センター主催「教員を対象とした消費者教育講座」の御案内、出前講座の案内
8月29日	「消費者教育情報」第3号 貸出し用ゲーム、VR体験会の案内、出前講座の案内
10月7日	「消費者教育情報」第4号 貸し出し用DVD、食品ロス削減月間「スマイルひろしま広場」案内、子ども・若者サポート情報211号、出前講座の案内
11月25日	「消費者教育情報」第5号 出前講座の紹介（今年度の様子）と案内、世の中に「うまい話」はありません、子ども・若者サポート情報213号
12月18日	「消費者教育情報」第6号 お金の使い方に要注意！年末年始は自由になるお金が増える時期です、広島市消費生活センターのホームページをぜひ御覧ください、出前講座の紹介（今年度の様子）
1月27日	「消費者教育情報」第7号 エシカル消費、出前講座の紹介（今年度実施校の様子）
3月14日	「消費者教育情報」第8号 教員向け消費者教育オンライン講座—事例編—の作成、子ども・若者サポート情報217号

(イ) 消費者教育コーディネーターの学校訪問

消費者教育コーディネーターが広島市立河内小学校を訪問し、学校現場の情報収集や消費生活センターからの情報提供を行うとともに、年間7回（1年生から6年生までと特別支援学級）の児童に対して、計画的に消費者教育としての授業を試みた。

(ウ) 大学等における消費者教育の推進

大学等での出前講座の実施や、「消費者教育情報」の配信により、悪質商法等に係るトラブル防止を図った。

- ・ 大学等での出前講座実施 5校（広島市立大学、広島 YMCA 専門学校、広島大学法学部、安田女子大学、広島市立看護専門学校）

- ・ 「消費者教育情報」の配信 8校

配信内容（大学等分）

発行年月日	内 容
4月17日	「消費者教育情報」第1号 消費者庁 消費者教育ポータルサイトの紹介、出前講座の案内、広島県警察のホームページ紹介
9月4日	「消費者教育情報」第2号 消費者庁より新教材公開 鍛えよう消費者力「気づく」「断る」「相談する」、消費者トラブル（悪質商法）VR体験会の案内、出前講座の案内
3月26日	「消費者教育情報」第3号 そのメール フィッシング詐欺！、簡単なタスクで稼げるとうたう副業トラブルに注意、推しに会えない可能性も！ 転売チケットの購入トラブル、

イ 地域・家庭・職場における消費者教育の推進

(ア) 消費生活出前講座の実施

学校、高齢者団体、地域で高齢者を支援する団体などに講師を派遣し、消費者トラブルの実例などを通して、消費生活の基礎的知識の普及に努め、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図った。

- ・ 委託先 公益社団法人広島消費者協会
- ・ 実施回数 114回
- ・ 実施時間数 140.5時間
- ・ 受講者数 5,745人
- ・ 事業費 4,382千円

【受講者アンケート結果】

受講者からアンケートを回収した割合69.8%

講義内容を今後「役立てていきたい」「少しは役立てていきたい」と回答した割合95.0%

(イ) 電子メディアに関する講習会の開催

小学4年生から6年生とその保護者を対象として、学習会を開催した。

- ・ 実施日 7月27日
 - ・ テーマ スマホなどの使い方を考えよう（講師：電子メディア協議会）
- ※ 次に記載する「おやこ消費者学習会」と同日開催

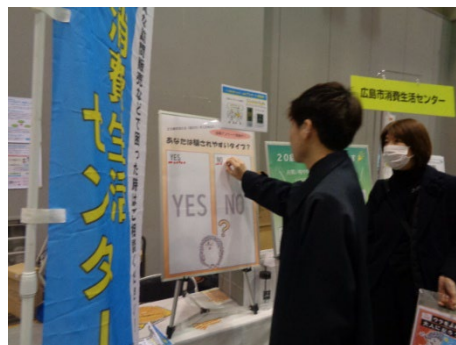
(ウ) 小学生向け夏休み研究学習会等の実施

夏休み期間中に、小学4年生から6年生とその保護者を対象とした「おやこ消費者学習会」を開催した。

- ・ 実施日 7月27日
- ・ テーマ 買い物名人になろう（講師：金融広報委員会）
- ・ 開催実績 参加者 小学4～6年の児童9人（内兄弟が2組） 保護者7人 16人
- ・ 事業費 13千円

(I) 二十歳を祝うつどいにおける消費者啓発

二十歳を祝うつどいにおいて、消費者被害に関する情報を提供するなど消費者啓発を行い、消費者力の向上を図った。



(オ) 消費者力向上キャンペーン事業

基本方針 2 (1)エ(ウ)に記載のとおり。

(カ) 消費者啓発用品の貸出

消費生活センターの展示コーナーに消費生活に関するパネルを展示するとともに、パネル等の貸出しを行い、消費生活に関する基礎的な知識の普及に役立てた。

パネル展示、啓発用品の貸出状況

区 分	場 所	内 容
展示	消費生活センター	時期に応じて、相談の多い事例の啓発パネルや即時性のある注意喚起情報等を随時入れ替えながら展示
貸出	公民館	公民館 1 か所（戸山公民館）に啓発パネル・タペストリーを貸出
貸出	各種学校	中学校又は高等学校 6 校へ啓発DVD及び啓発ゲームを貸出
貸出	地域包括支援センター	地域包括支援センター（1 箇所）へ啓発DVDを貸出

※ 令和 6 年度特記事項

カスタマーハラスメントの問題が深刻化していることを踏まえ、カスタマーハラスメントへの理解を深める資料を作成し、広島市ホームページへの掲載等を行った。

(2) 消費者教育推進のための人材の育成

ア 学校における人材の育成

(ア) オンラインによる消費者教育講座の実施

「教員を対象としたオンラインによる消費者教育講座―事例編―」を作成・周知（広島市立学校宛での「消費者教育情報」第 8 号で配信）した。

(イ) 消費者教育コーディネーターによる教員への支援

教育委員会や学校と連携して、学校における消費者教育の現状と課題を把握し、各学校での取組を推進するとともに、消費生活に関する情報提供や消費者教育に係る実践指導等を行うことにより、学校での消費者教育の推進を図った。

内 容	実施日	
河内小学校校内研修会での講話	河内小学校	7月24日
教科研究会での講話	小学校	8月7日
	中学校	8月21日
校長会での依頼	中学教頭会	9月2日
	高等学校教頭会	7月29日
教育委員会での依頼	広島市教育委員会指導課	4月8日
	広島市教育センター	4月22日
教員採用前研修での講話	広島市教育センター	3月8日

(ウ) 消費者教育をサポートする人材のあっせん

「消費者教育講師派遣のご案内」を作成・周知（広島市立学校宛での「消費者教育情報」）した。

(エ) 消費者教育コーディネーターの育成

消費者教育コーディネーターが、研修会への参加等により、消費者問題や消費者教育に関する知識等を身に付け、学校と連携した効果的な消費者教育の推進を図った。

開催日	研修名	主 催
7月4日～5日	消費者教育推進のための研修	(独) 国民生活センター
1月24日	消費者教育コーディネーター会議	(独) 国民生活センター
3月28日	第8回消費者教育実践セミナー	(公財) 消費者教育支援センター

イ 地域における人材の育成

(ア) 消費生活出前講座の実施

基本方針3(1)イ(ア)に記載のとおり。

(イ) 消費者大学の実施

消費者問題に対する関心を持ち続ける消費者を増やし、消費者活動を担える人材を育てることを目指す消費者大学を開講した。

- ・ 開講実績 8回講座（2時間/回）を開講〔公益社団法人広島消費者協会へ委託〕
- ・ 事業費 76千円

開講日	テーマ	講師	受講者数 (人)
11月9日	オリエンテーション 消費者の役割（消費者問題、消費者行政など）	広島市消費生活センター 所長 山越 重範 消費生活相談員 林 敬二郎	22
11月16日	契約（特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺など）	広島県警察本部生活安全総務課 特殊詐欺防止担当 課長補佐 土井 誠記	23
11月30日	インターネット（デジタルサービスの普及とリスク）	広島市電子メディア協議会 インストラクター 内海 祐一郎	25
12月7日	生活設計（身元保証人、ファミリー信託、相続・遺言など）	なな行政書士法人 代表行政書士 岡村 奈七江	25
12月14日	衣生活（素材、管理、サイズ、買い方など）	広島大学大学院 教授 村上 かおり	22
12月21日	くらしの安全（製品安全4法、リコール、製品事故など）	中国経済産業局産業部消費経済課 製品安全室 重田 和哉 製品評価技術基盤機構 中国支所長 三谷 誠二	25
1月11日	食生活（健康と栄養、高齢者の低栄養、フレイル予防など）	広島県栄養士会 管理栄養士 高畑 江津子	23
1月18日	環境（地球温暖化問題：消費者としてできること） 懇談会（消費者協会の紹介など） 修了式	広島消費者協会 理事 吉田 悦子	22
延べ受講者数			187

(ウ) 消費生活サポーターの育成

高齢者等を消費者被害から守るための見守り活動を担う人材の育成のため、消費者問題に関する専門知識や見守り活動のあり方を学ぶための講座をオンラインで随時受講可能とし、消費生活サポーターの登録を呼びかけた。また、実地で消費生活サポーター研修会を実施し、既存の消費生活サポーターの消費者力向上を行った。

- ・ 登録者数：１１８人（３月３１日現在）

(イ) 消費生活協力団体の育成

様々な職種へ消費生活協力団体の登録を促し、新規委嘱団体を対象に、見守り講座をオンラインで実施した。

- ・ 登録団体数：１３１団体（３月３１日現在）

(オ) 公益社団法人広島消費者協会への支援

公益社団法人広島消費者協会が実施する教育活動、調査研究活動、地区活動等に対する事業補助を行うとともに、常勤職員人件費の補助を行った。

- ・ 補助事業費計 ６，９０９千円
（ 事業補助 １８５千円
常勤職員人件費補助 ６，７２４千円 ）

公益社団法人広島消費者協会補助事業内容

（単位：千円）

区 分	事 業 内 容	事業費	市補助金額
教育・広報活動	会報の発行、啓発事業実施等	１１９	１８５
調査研究・監視活動	各種研究・調査実施、企業との対話等	２	
地区活動	地域学習会、地区連絡協議会の開催等	４３	
会員の資質向上	リーダー派遣・育成事業等	２１	
事務局費等	常勤職員人件費等	６，７２４	６，７２４
合 計		６，９０９	６，９０９

(カ) 消費者の自主活動の場の提供

消費生活に関する研修や消費者の自主活動の場を提供するため、研修室（４０人収容）を無料で提供し、消費者団体等の自主的な活動を支援した。

研修室利用状況

区 分	令和２年度 (2020年度)	令和３年度 (2021年度)	令和４年度 (2022年度)	令和５年度 (2023年度)	令和６年度 (2024年度)
利用回数（回）	１２６	１８４	１７９	１０１	９２
利用者数（人）	８６６	１，１７９	１，３５６	１，０２８	９８９

基本方針４ 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進

(1) エシカル消費の推進

ア エシカル消費の普及啓発

(ア) エシカルマップの作成

エシカルマップを作成し、ホームページ上で公開した。

登録事業者数：２６事業者（３月３１日現在）

(イ) 消費者団体や事業者等と連携したエシカル消費の普及啓発事業

市の広報紙や広報番組でエシカル消費の普及啓発を行うとともに、エシカル消費を普及促進するための動画やチラシを作成し、環境政策課と連携した啓発活動や、イベント等で配布した。また、エシカル消費に積極的に取り組んでいる広島市立広島商業高等学校と連携し、情報交換や啓発イベント出展を実施した。

項 目	実施日	内 容
出前講座の実施	７月１８日	エシカル消費をテーマとした出前講座を実施した。
平和記念式典での普及啓発	８月６日	広島平和記念式典の冷水サービスにて、エシカル消費のポスターを掲示した。
広報紙（「市民と市政」）への掲載	１２月１５日	「毎日の生活の中にエシカル消費を」として、エシカルマップの紹介を中心に、エシカル消費の具体例などを紹介した。
広報番組（「鈴木福のミミヨリ！ひろしま」）での啓発	１２月８日	「エシカルマップでエシカル消費！」として、エシカルマップの紹介を中心に、エシカル消費の具体例などを紹介した。
啓発動画の放映	-	エシカル消費について紹介する３０秒の啓発動画を、消費生活センター入口のサイネージや各種啓発イベントにて放映した。
展示ブース出展	６月～３月 ９月２８日 １０月２５日～１１月５日 １０月２７日 ３月１５日、１６日	・食品ロス削減イベント「ごみ減らそうデー」にて、エシカル消費のチラシを配布した。 ・地域イベント「koikoi 水辺フェスタ」にて、エシカル消費の普及啓発活動を実施した。 ・広島市立商業高校がそごう２階で実施したポスター発表展示会において、エシカル消費の普及啓発ポスター展示を行った。 ・食品ロス削減イベント「スマイル！ひろしま広場」にて、広島市立広島商業高校と連携し、エシカル消費の普及啓発活動を実施した。 ・広島みなとフェスタに出展し、エシカル消費の普及啓発活動を実施した。

(2) 持続可能な社会の形成に向けた事業活動の推進

ア 消費者志向経営の推進

(ア) 事業者に向けた消費者志向経営の普及啓発

広島商工会議所支店長会との交流会において、消費者志向経営に関する資料を配布した。
また、消費者志向経営に関する事業者向けの説明資料を作成し、包括連携協定締結企業間と情報交換会で発表した。

3 令和6年度（2024年度）広島市市民意識調査の結果

(1) 調査の概要

ア 調査の目的

本市の施策や事務事業について、今後の進め方を検討するための基礎資料とする。
（消費生活に関する設問は57問中2問《問47、問48》）

イ 方法

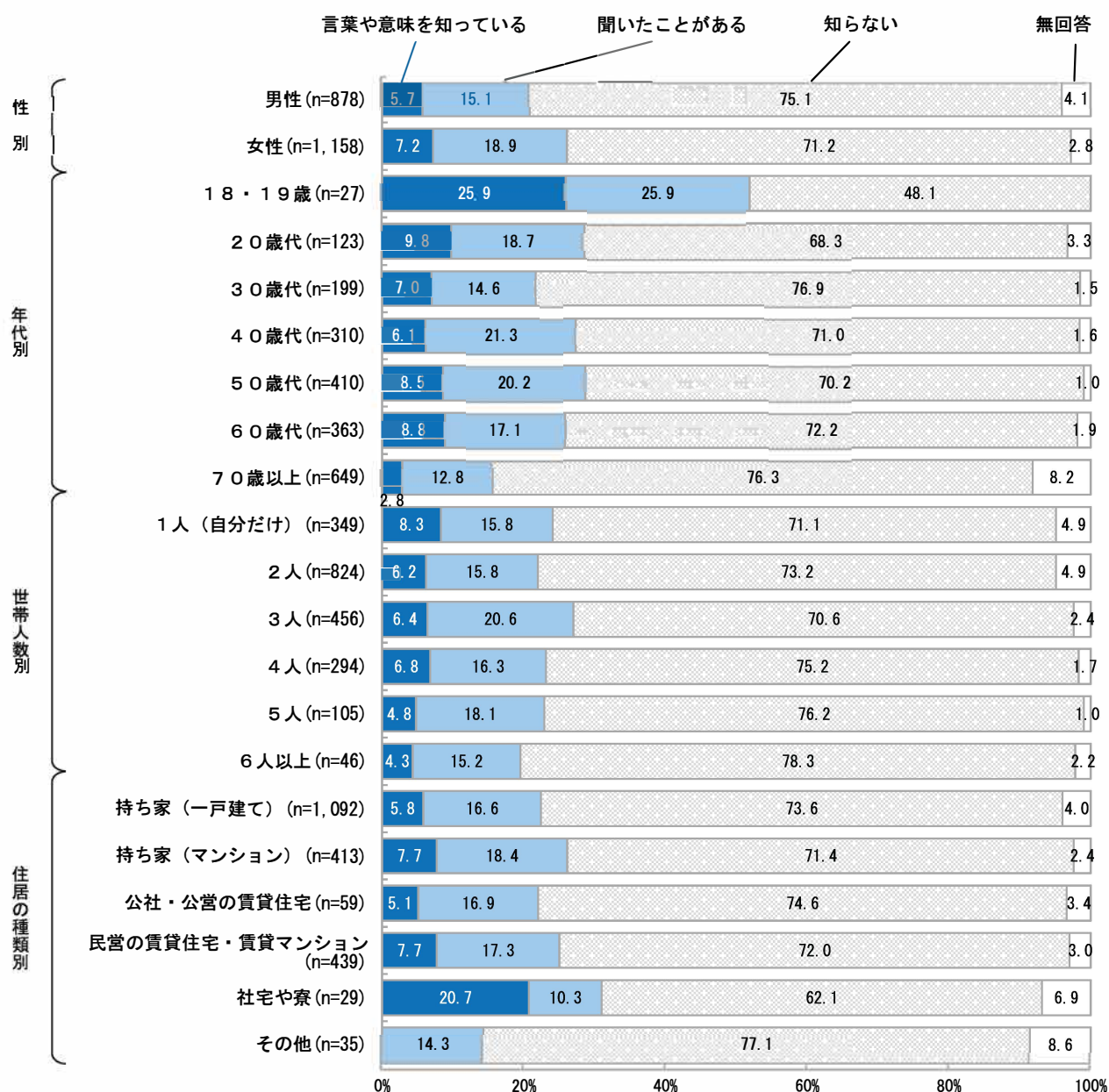
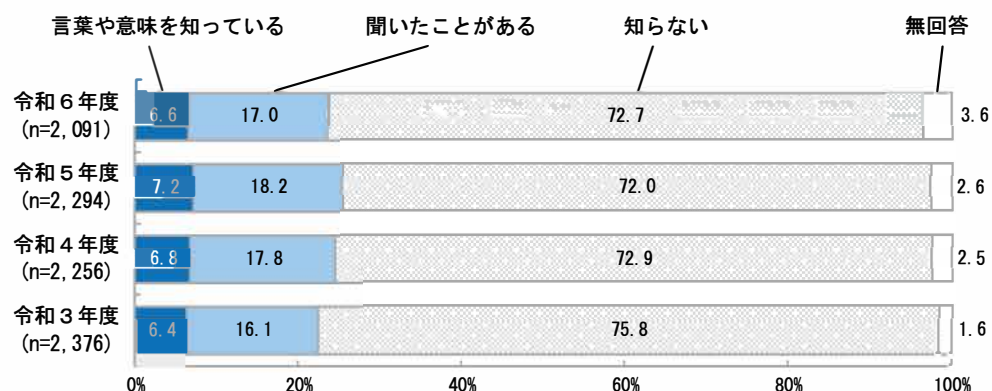
調査対象：令和6年（2024年）6月30日現在広島市内に在住する男女（18歳以上）
調査方法：広島市住民基本台帳より無作為に抽出した5,000人
調査期間：令和6年（2024年）9月27日（金）～10月25日（金）
有効回収数：2,091件（有効回収率41.8%）

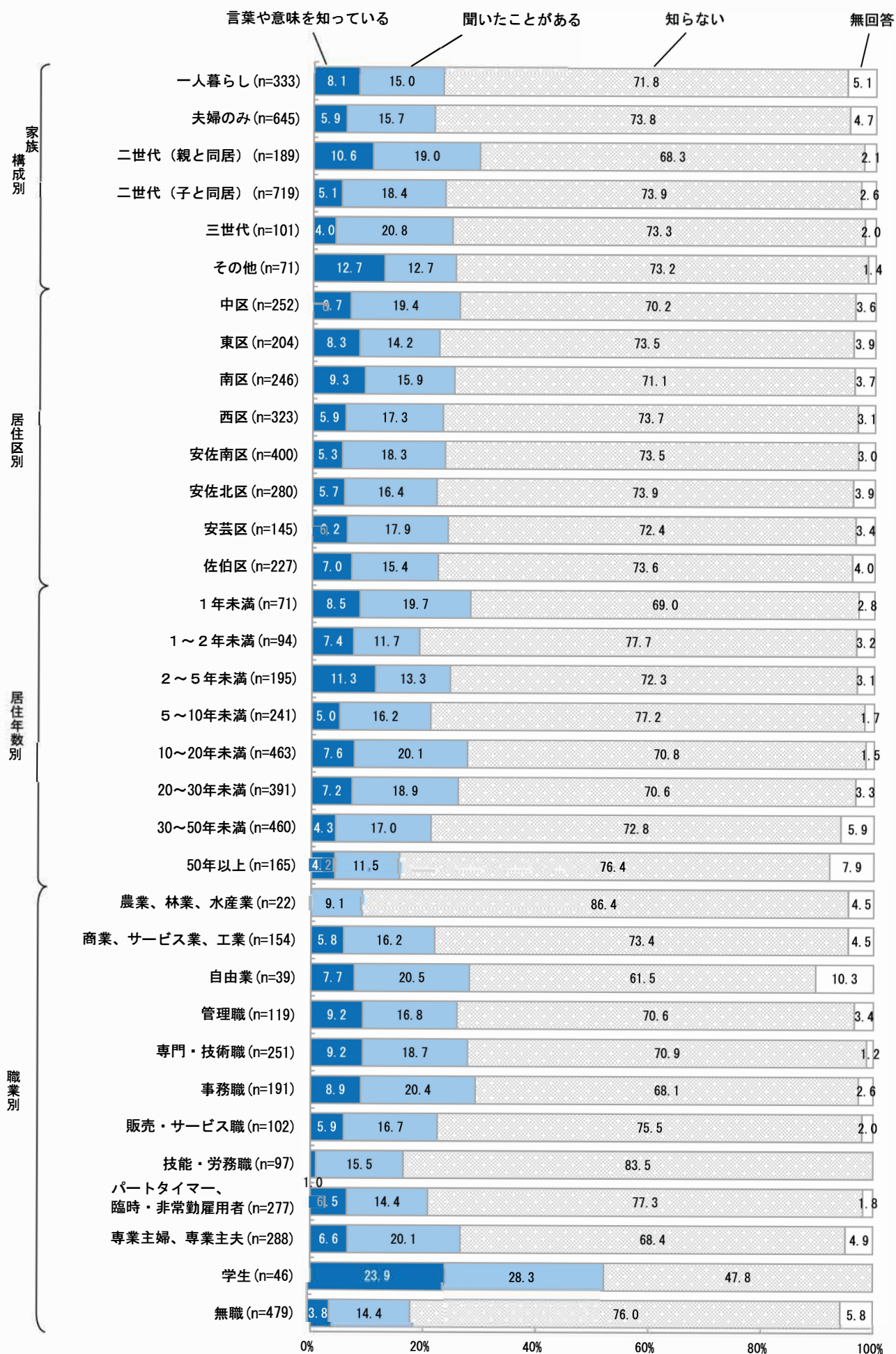
(2) 調査の結果（抜粋）

次のとおり。

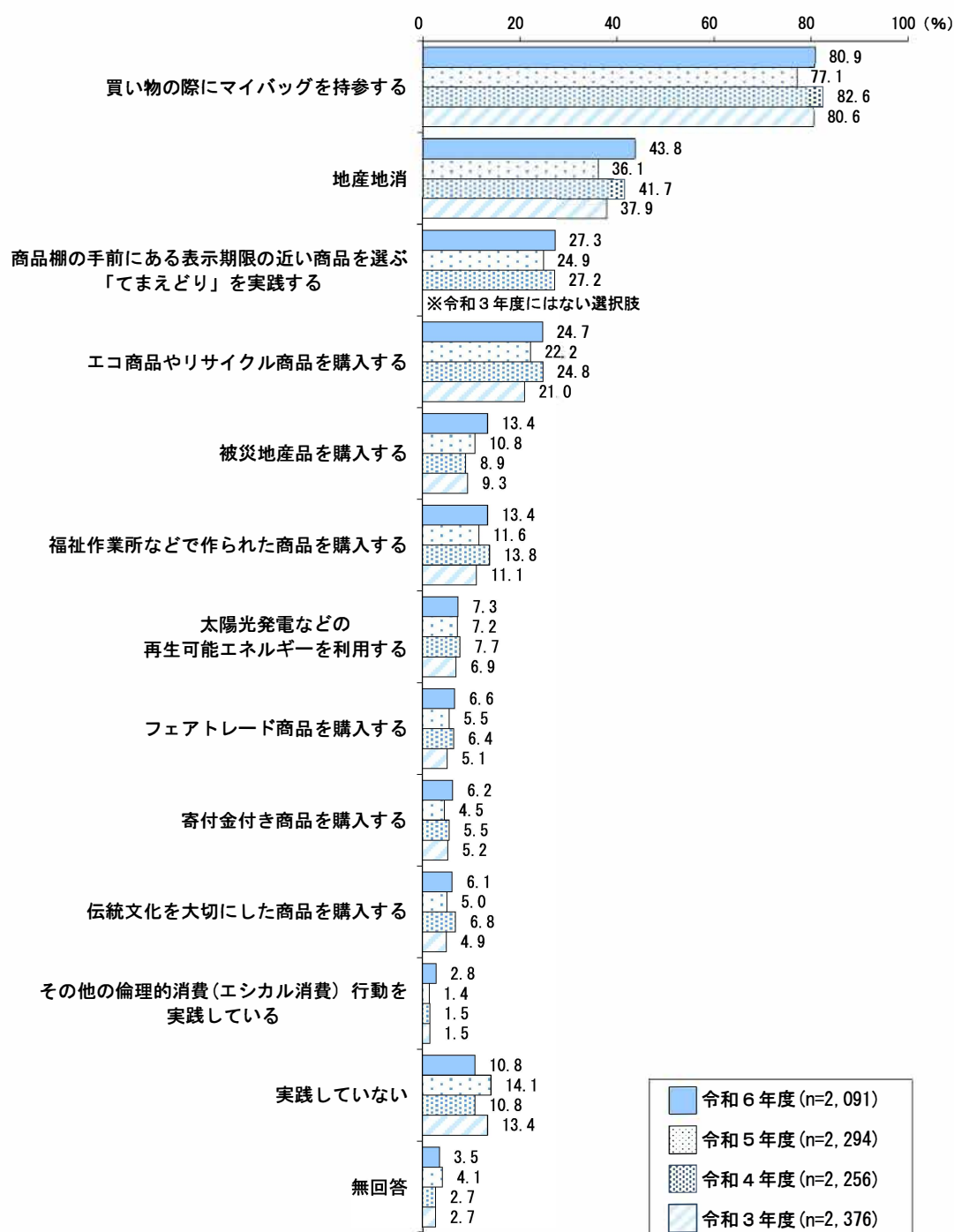
問47 あなたは、「倫理的消費（エシカル消費）」（※）という言葉を知っていますか。

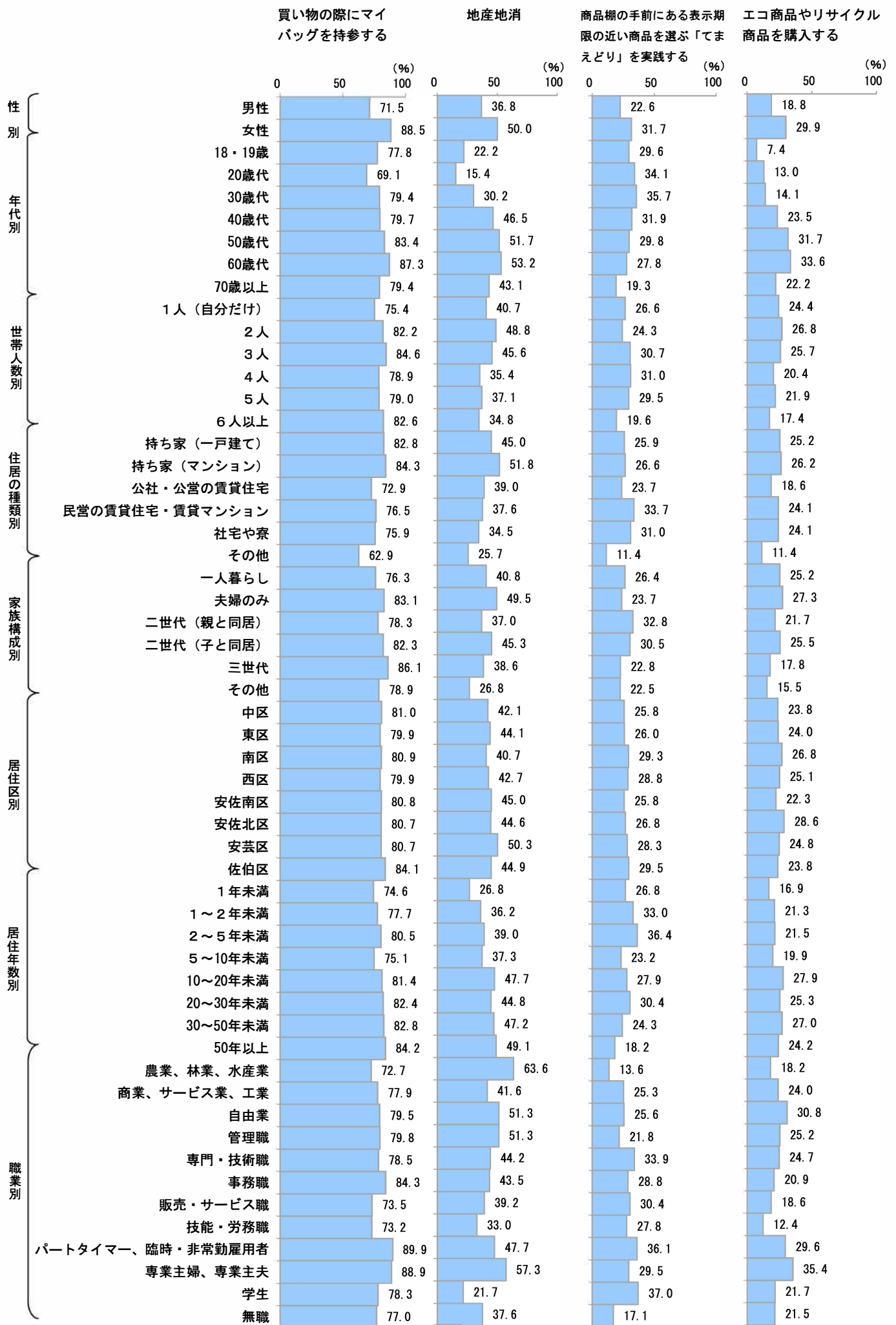
※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること。





問48 次に掲げる行動（倫理的消費（エシカル消費））で、あなたが普段から実践しているものがあれば、いくつでも○を付けてください（実践していない方は、「12. 実践していない」に○を付けてください）。





V その他（参考資料）

広島市消費生活センター条例

昭和 49 年 10 月 21 日
条 例 第 97 号

（目的及び設置）

第 1 条 消費生活に関する情報の収集及び提供等を行い、もって市民の消費生活の安定及び向上に寄与するため、広島市消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）を設置する。

2 消費生活センターは、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号。以下「法」という。）第 10 条の 2 第 1 項第 1 号に規定する消費生活センターとする。

（平 9 条例 4・平 28 条例 17・一部改正）

（位置）

第 2 条 消費生活センターは、広島市中区基町 6 番 27 号に置く。

（昭 54 条例 55・平 9 条例 4・一部改正）

（事業）

第 3 条 消費生活センターは、第 1 条第 1 項の目的を達成するため、おおむね次の事業を行う。

- （1）消費生活に関する情報の収集及び提供を行うこと。
- （2）消費生活に関する商品、資料等の展示を行うこと。
- （3）消費生活に関する相談に応ずること。
- （4）消費生活に関する苦情の処理を行うこと。
- （5）消費生活に関する研修会、懇談会、講演会等の開催に関すること。
- （6）消費者に自主活動の場を提供すること。

（平 9 条例 4・平 28 条例 17・一部改正）

（職員）

第 4 条 消費生活センターに、所長、消費生活相談員その他必要な職員を置く。

2 前項の消費生活相談員のうちには、法第 10 条の 3 第 1 項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成 26 年法律第 71 号）附則第 3 条の規定により当該試験に合格した者とみなされる者を含む。）を含まなければならない。

3 市長は、消費生活相談員である職員が消費生活相談員としての適格性を有し、かつ、市長が定める要件を備えていると認められるときはその者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講じなければならない。

4 市長は、消費生活センターにおいて法第 8 条第 2 項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その能力の向上のための研修の機会を確保しなければならない。

（平 28 条例 17・追加）

（情報の適正管理）

第 5 条 市長は、法第 8 条第 2 項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報を適正に管理するために必要な措置を講じなければならない。

（平 28 条例 17・追加）

（使用の承認）

第 6 条 消費生活センターの研修コーナー（以下「研修コーナー」という。）を使用しようとする者は、市長の承認を受けなければならない。

（平 28 条例 17・旧第 4 条繰下）

（使用の制限）

第7条 次の各号の一に該当するときは、研修コーナーの使用を承認しない。

- (1) 公安又は風俗を害するおそれがあるとき。
- (2) 建物又は設備を破損するおそれがあるとき。
- (3) 会合の性質が騒じようを起こすおそれがあるとき。
- (4) その他管理上支障があるとき。

2 研修コーナーは、引き続き3日を超えて使用することはできない。ただし、特別の必要があると認められるとき、又は研修コーナーの管理上支障がないと認められるときは、この限りでない。

(平28条例17・旧第5条繰下)

(入場の制限)

第8条 次の各号の一に該当する者に対しては、入場を拒み、又は退場を命ずることがある。

- (1) 伝染性の病気にかかっていると認められる者
- (2) 他人に危害を及ぼし、又は他人の迷惑になる物品又は動物の類を携帯する者
- (3) 秩序又は風俗をみだすおそれがあると認められる者
- (4) その他管理上支障があると認められる者

(昭57条例47・一部改正、平28条例17・旧第6条繰下)

(使用料)

第9条 消費生活センターの使用料は、無料とする。

(平9条例4・一部改正、平28条例17・旧第7条繰下)

(目的外使用、転貸及び権利譲渡の禁止)

第10条 使用者は、研修コーナーを承認を受けた目的以外に使用し、転貸し、又はその使用权を譲渡してはならない。

(平28条例17・旧第8条繰下)

(使用承認の取消し等)

第11条 次の各号のいずれかに該当するときは、研修コーナーの使用承認を取り消し、又は使用者に対し、使用の制限、停止若しくは退去を命ずることがある。

- (1) 使用者がこの条例又はこの条例に基づく規定に違反したとき。
- (2) 使用者が使用条件に違反したとき。
- (3) 第7条第1項に規定する事態が発生したとき。

(平28条例17・旧第9条繰下・一部改正)

(原状回復義務)

第12条 使用者は、消費生活センターの使用を終了したときは、直ちにこれを原状に回復して返還しなければならない。前条の規定により使用承認を取り消されたときも、同様とする。

(平9条例4・一部改正、平28条例17・旧第10条繰下)

(損害賠償義務)

第13条 消費生活センターの建物、設備、備品、展示物等をき損し、又は滅失した者は、これを原状に復し、又はその損害を賠償しなければならない。

(平9条例4・一部改正、平28条例17・旧第11条繰下)

(市の損害賠償責任)

第14条 本市は、第11条の規定による処分により、使用者が損害を受けることがあつても、その賠償の責めを負わない。

(平28条例17・旧第12条繰下・一部改正)

(委任規定)

第15条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

(平28条例17・旧第13条繰下)

附 則

この条例は、公布の日から起算して1か月を超えない範囲内において規則で定める日から施行する。
(昭和49年規則第118号で同年11月1日から施行)

附 則(昭和54年12月21日条例第55号)

この条例は、昭和55年4月1日から施行する。

附 則(昭和57年6月29日条例第47号)

この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成9年3月27日条例第4号 抄)

(施行期日)

1 この条例は、平成9年4月1日から施行する。

附 則(平成28年3月29日条例第17号)

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

[参 考]

(地方自治法)

第244条の2 普通地方公共団体は、法律又はこれに基づく政令に特別の定めがあるものを除くほか、
公の施設の設置及びその管理に関する事項は、条例でこれを定めなければならない。(平6法48)

目次

第1章 総則（第1条～第7条の2）

第2章 消費者の権利の保護

第1節 危害の防止（第8条～第10条）

第2節 表示等の適正化（第11条～第15条）

第3節 不当な取引行為の防止（第16条～第19条）

第4節 物価の安定（第20条～第22条）

第5節 公表等（第23条・第24条）

第3章 消費者の自立の支援等（第25条・第26条）

第4章 消費者の意見の反映等（第27条・第28条）

第5章 消費者の被害の救済（第29条～第31条）

第6章 消費生活審議会及び消費生活紛争調停委員会（第32条・第33条）

第7章 雑則（第34条～第37条）

附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、本市及び事業者の責務並びに消費者等の役割を明らかにするとともに、消費者の利益の擁護及び増進に関する本市の施策について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）の推進は、市民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者施策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

4 消費者施策の推進は、消費生活における国際化の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

5 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（本市の責務）

第3条 本市は、前条に定める基本理念にのっとり、市民の消費生活の安定及び向上を確保するため、消費者施策を総合的に策定するとともに、国、広島県その他関係団体と密接な連携を保ちながらこれを実施する責務を有する。

2 本市のすべての組織の長は、前項の責務を全うするため、相互に密接に連携し、消費者施策の効果的な実施に努めなければならない。

（事業者の責務）

第4条 事業者は、第2条に定める基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- (2) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- (3) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- (4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ速やかに処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- (5) 本市が実施する消費者施策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

（事業者団体の役割）

第5条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情を処理する体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

（消費者の役割）

第6条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

（消費者団体の役割）

第7条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

（基本計画）

第7条の2 市長は、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

2 市長は、基本計画を定めようとするときは、広島市消費生活審議会の意見を聴くものとする。

3 市長は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するものとする。

4 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第2章 消費者の権利の保護

第1節 危害の防止

（欠陥商品等の供給の禁止等）

第8条 事業者は、その欠陥により消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれがある商品又は役務（以下「欠陥商品等」という。）を供給してはならない。

2 事業者は、その供給した商品又は役務が欠陥商品等であることが明らかになったときは、直ちに、市長にその旨を報告するとともに、当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収、当該商品又は役務の公表その他危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置を講じなければならない。

（欠陥商品等に関する調査、勧告等）

第9条 市長は、商品又は役務が欠陥商品等に該当する疑いがあると認めるときは、当該商品若し

くは役務について速やかに必要な調査を行い、又は事業者に対し当該商品若しくは役務が欠陥商品等に該当しないことを立証するよう求めることができる。

- 2 市長は、前項の調査の結果、当該商品若しくは役務が欠陥商品等に該当すると認めるとき、又は同項の規定による立証の求めに事業者が応ぜず、若しくは応ずることができなかったときは、当該事業者に対し、前条第2項に規定する措置を講ずべきことを指導し、又は勧告するものとする。

（重大な危害の発生等の防止のための公表）

第10条 市長は、商品又は役務がその欠陥により消費者の生命、身体又は財産に重大な危害を及ぼすおそれがある場合において、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、次に掲げる事項を公表するものとする。

- (1) 当該商品又は役務の名称
- (2) 当該商品又は役務を供給する事業者の氏名及び住所（法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地）
- (3) その他市長が必要と認める事項

第2節 表示等の適正化

（品質等の表示の適正化）

第11条 事業者は、その供給する商品又は役務について、品質、価格（単位当たりの価格を示すことができるときにあっては、当該単位当たりの価格を含む。）、事業者の名称その他消費者が誤りなく選択するため必要な事項を適正に表示するよう努めなければならない。

- 2 市長は、商品又は役務について、表示すべき事項、表示の方法その他の表示に関し事業者が遵守すべき基準（以下「表示基準」という。）を定めることができる。
- 3 市長は、表示基準を定め、又はこれを変更しようとするときは、広島市消費生活審議会の意見を聴くものとする。
- 4 市長は、表示基準を定め、又はこれを変更したときは、これを告示するものとする。
- 5 事業者は、表示基準を遵守しなければならない。
- 6 市長は、事業者が表示基準に違反している疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。
- 7 市長は、前項の調査の結果、事業者が表示基準に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、当該表示基準を遵守するよう指導し、又は勧告するものとする。

（包装の適正化）

第12条 事業者は、その供給する商品について、消費者に誤認を与え、又は内容物の保護若しくは品質の保全に必要な限度を超える包装（容器を用いる包装を含む。以下同じ。）を行わないようにしなければならない。

- 2 事業者は、商品の包装の選択に当たっては、包装に用いた物が再使用され、再生利用され、又は適正に廃棄されるよう配慮しなければならない。
- 3 市長は、包装に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。
- 4 前条第3項から第7項までの規定は、前項に規定する基準について準用する。

（アフターサービスの適正化）

第13条 事業者は、その供給する商品について、消費者への供給後の保証、修理、回収等のアフターサービスの内容を明示するとともに、その誠実な履行に努めなければならない。

- 2 市長は、アフターサービスに関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。
- 3 第11条第3項から第7項までの規定は、前項に規定する基準について準用する。

（広告の適正化）

第14条 事業者は、その供給する商品又は役務に関する広告について、虚偽の表現、誇大な表現、

消費者が選択を誤るおそれのある表現その他の不適正な表現を避けなければならない。

(計量の適正化)

第15条 事業者は、商品又は役務の供給に当たっては、消費者が不利益を被ることがないように、適正な計量を行わなければならない。

第3節 不当な取引行為の防止

(不当な取引行為の禁止)

第16条 事業者は、その供給する商品又は役務の取引に当たって、次の各号のいずれかに該当する行為で市長が指定するもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

- (1) 消費者に対し商品の売買又は役務の提供に係る契約（以下「商品売買契約等」という。）の締結を勧誘しようとして、消費者に迷惑を及ぼし、又は消費者を欺いて消費者に接触する行為
- (2) 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該商品売買契約等に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある行為
- (3) 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、契約を締結させようとして消費者に害を加え、消費者を威迫し、又は困惑させる等消費者の自由な意思形成を妨げるおそれがある行為
- (4) 消費者の利益を不当に害することとなる内容の条項を含む商品売買契約等を締結させる行為
- (5) 消費者との商品売買契約等に関し、消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等により、商品売買契約等（当該商品売買契約等の成立、存続又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は当該債務を履行させる行為
- (6) 消費者との商品売買契約等に関し、法令の規定又は契約に基づく債務の全部又は一部の履行を不当に拒否し、又は遅滞させる行為
- (7) 消費者との商品売買契約等に関し、法律上認められた消費者の権利の行使を妨げるおそれがある行為
- (8) 商品を販売し、又は役務を提供する事業者（その取次店等実質的な販売行為又は提供行為を行う者を含む。）からの商品の購入又は役務の提供を受けることを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）に関する行為であって、次のいずれかに該当するもの
 - ア 消費者の利益を不当に害することを知り、又は知ることができたにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又はその締結をさせる行為
 - イ 消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、又はその履行をさせる行為

2 市長は、不当な取引行為を指定し、又はこれを変更しようとするときは、広島市消費生活審議会の意見を聴くものとする。

3 市長は、不当な取引行為を指定し、又はこれを変更したときは、これを告示するものとする。

(不当な取引行為に関する調査、勧告等)

第17条 市長は、事業者が不当な取引行為を行っている疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査の結果、事業者が不当な取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を行わないよう指導し、又は勧告するものとする。

(不当な取引行為の未然防止)

第18条 市長は、事業者が不当な取引行為を行うおそれがあると認めるときは、消費者に不利益が生ずることを未然に防止するため、必要な調査又は指導を行うことができる。

(相当多数の消費者の不利益の発生等の防止のための公表)

第19条 市長は、事業者の不当な取引行為により相当多数の消費者に不利益が生ずるおそれが高いと認める場合において、当該不利益の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、次に掲げる事項を公表するものとする。

- (1) 当該不当な取引行為の内容
- (2) 当該不当な取引行為を行っている、又は行うおそれのある事業者の氏名及び住所（法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地）
- (3) その他市長が必要と認める事項

第4節 物価の安定

（価格等の調査）

第20条 市長は、市民の日常生活との関連が深い物資（以下「生活関連物資」という。）について、必要に応じ、その価格の動向、需給状況及び流通の実態に関する調査を行うものとする。

2 事業者は、前項の調査に協力するものとする。

（特定生活関連物資の指定及び調査）

第21条 市長は、生活関連物資の供給が著しく不足し、若しくは価格が著しく上昇し、又はそのおそれがある場合において、市民の生活に重大な影響が及ぶと認めるときは、当該生活関連物資を特別の調査を要する物資として指定するものとする。

2 市長は、前項の規定により生活関連物資を指定したときは、同項の規定により指定された物資（以下「特定生活関連物資」という。）について、速やかに、供給の不足の原因、価格の上昇の原因その他必要な事項に関する調査を行うものとする。

3 市長は、第1項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

4 市長は、第1項の規定により特定生活関連物資を指定し、又は前項の規定により当該指定を解除したときは、これを告示するものとする。

（特定生活関連物資に関する勧告等）

第22条 市長は、事業者が特定生活関連物資の円滑な流通を妨げ、又は特定生活関連物資を適正な利得を著しく超える価格で販売していると認めるときは、当該事業者に対し、これらの事業活動を是正するよう指導し、又は勧告するものとする。

第5節 公表等

（立入調査等）

第23条 市長は、第9条第1項、第11条第6項（第12条第4項及び第13条第3項において準用する場合を含む。）、第17条第1項、第18条及び第21条第2項の調査を行うために必要な限度において、事業者に対し報告若しくは関係資料の提出を求め、又は本市の職員をして、事業者の事務所、事業所その他の事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問をさせることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その権限を与えられた者であることを示す証明書を携帯し、関係人に提示しなければならない。

3 第1項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

（公表等）

第24条 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨並びに当該事業者の氏名及び住所（法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地）を公表することができる。

- (1) 第9条第1項の規定による求めに対して虚偽の説明をしたとき。

- (2) 第9条第2項, 第11条第7項(第12条第4項及び第13条第3項において準用する場合を含む。), 第17条第2項又は第22条の規定による勧告に従わないとき。
- (3) 前条第1項の規定による報告をせず, 若しくは虚偽の報告をし, 若しくは同項の規定による関係資料の提出をせず, 若しくは虚偽の関係資料の提出をし, 又は同項の規定による立入調査を拒み, 若しくは同項の規定による質問に対して答弁を拒み, 若しくは虚偽の答弁をしたとき。
- 2 市長は, 前項の規定により公表しようとするときは, あらかじめ, 公表の対象となる者にその理由を通知し, 規則で定めるところにより, 意見を述べる機会を与えなければならない。

第3章 消費者の自立の支援等

(啓発活動及び教育の推進)

第25条 本市は, 消費者の自立を支援するため, 消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに, 消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第26条 本市は, 市民の消費生活の安定及び向上を図るため, 消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第4章 消費者の意見の反映等

(消費者の意見の反映)

第27条 市長は, 消費生活に関する消費者の意見を本市の消費者施策に適切に反映させるよう努めるものとする。

(市長への申出)

第28条 市民は, この条例の規定に違反する事業活動が行われたため, 又はこの条例に基づく措置が講じられていないため, 消費者の権利が侵され, 又は侵されていると信ずるに足りる相当な理由があるときは, 市長に対しその旨を申し出て, 適切な措置を講ずることを求めることができる。

- 2 市長は, 前項の規定による申出があった場合において, その申出に理由があると認めるときは, この条例に基づく措置を講ずるものとする。ただし, 他の法令の定めるところによる措置が講じられるときは, この限りでない。
- 3 市長は, 市民の消費生活の安定と向上を確保するため必要があると認めるときは, 第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を市民に明らかにすることができる。

第5章 消費者の被害の救済

(苦情の処理)

第29条 市長は, 消費者から, 商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関し苦情の申出があったときは, 当該苦情が適切かつ速やかに解決されるよう, 当該消費者に対し, 必要な助言を行うとともに, 必要に応じ, あっせんその他の措置を講ずるものとする。この場合において, 市長は, 必要があると認めるときは, 当該苦情に係る事業者その他の関係人に対し, 説明又は関係資料の提出を求めることができる。

(委員会の調停)

第30条 市長は, 前条の規定によるあっせんその他の措置によって解決することができなかった苦情については, これを広島市消費生活紛争調停委員会の調停に付することができる。

- 2 広島市消費生活紛争調停委員会は, 前項の規定により付された苦情について, 調停を行うものとする。この場合において, 広島市消費生活紛争調停委員会は, 必要があると認めるときは, 関係人の出席を求め, その意見を聴くことができる。

(訴訟費用の貸付け等)

第31条 市長は、商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関し、消費者が事業者を相手に訴訟を提起しようとする場合又は消費者が事業者から訴訟を提起された場合であって、次の各号（特に緊急を要すると認める場合その他の市長が適当であると認める場合にあつては、第3号を除く。）のいずれにも該当すると認めるときは、予算の範囲内において、当該消費者に対し、当該訴訟に係る費用（以下「訴訟費用」という。）の貸付けを行うことができる。

- (1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。
- (2) 当該消費者が訴訟費用の貸付けを受けなければ当該訴訟を提起し、若しくは維持し、又は応訴することが困難であること。
- (3) 当該訴訟に係る紛争が広島市消費生活紛争調停委員会の調停に付されていること。
- (4) 市長の付託を受けて審議した結果、広島市消費生活紛争調停委員会が訴訟費用の貸付けを適当であると認めたものであること。
- (5) 当該消費者が本市の区域内に住所を有する者であること。

2 前項の規定により訴訟費用として貸し付ける資金（以下「貸付金」という。）は、無利子とする。

3 市長は、貸付金を返還させることが適当でないと認めるときは、当該貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

4 市長は、第1項の規定により訴訟費用の貸付けを受けた消費者が円滑に訴訟を提起し、若しくは維持し、又は応訴するため必要があると認めるときは、当該消費者に対し、訴訟手続に関する助言その他必要な援助を行うことができる。

5 前各項に定めるもののほか、訴訟費用の貸付け等に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 消費生活審議会及び消費生活紛争調停委員会

(審議会)

第32条 第7条の2第2項（同条第4項において準用する場合を含む。）、第11条第3項（第12条第4項及び第13条第3項において準用する場合を含む。）及び第16条第2項の規定によりその権限に属するものとされた事項について、市長の諮問に応じて調査し、又は審議するため、広島市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

2 審議会は、前項に定めるもののほか、消費生活に関する重要な事項について、市長の諮問に応じて調査し、又は審議することができる。

3 審議会は、委員10人以内で組織する。

4 審議会の委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 消費者を代表する者
- (3) 事業者を代表する者
- (4) その他市長が必要と認める者

5 審議会の委員の任期は、2年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

6 特別の事項を調査し、又は審議させるため必要があるときは、審議会に専門委員を置くことができる。

7 審議会の専門委員は、当該特別の事項に関する調査又は審議が終了したときは、解嘱されるものとする。

8 審議会の委員及び専門委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

9 前各項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(委員会)

第33条 市長の付託に応じ、第30条第2項の規定により調停を行うとともに、第31条第1項第4号の規定によりその権限に属するものとされた事項について審議するため、広島市消費生活紛争調停委員会（以下「委員会」という。）を置く。

2 委員会は、委員5人以内で組織する。

3 委員会の委員は、学識経験を有する者のうちから市長が委嘱する。

4 第30条第1項の規定により調停を行わせるため必要があるときは、委員会に専門委員を置くことができる。

5 委員会の専門委員は、当該調停が終了したときは、解嘱されるものとする。

6 前条第5項、第8項及び第9項の規定は、委員会について準用する。

第7章 雑則

(関係行政機関への要請)

第34条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を確保するため必要があると認めるときは、関係行政機関に対し、適切な措置を講ずるよう要請するものとする。

(他の法令に定めがある場合の取扱い)

第35条 市長は、この条例の規定に違反する事業活動に関し、他の法令の定めるところによる措置が講じられることにより、市民の消費生活の安定及び向上が図られると認めるときは、この条例に定める措置を講じないことができる。

(情報の提供)

第36条 市長は、この条例の他の規定に定めるもののほか、消費生活の安定及び向上を確保するため必要があると認めるときは、消費者からの相談又は苦情に係る商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関する情報、委員会の調停の結果に係る情報、生活関連物資又は特定生活関連物資の価格の動向等の調査の結果に係る情報等を消費者に提供することができる。

2 市長は、消費者の利益の擁護及び増進を図るため必要があると認めるときは、消費者からの相談又は苦情に係る商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関する情報等を事業者に提供することができる。

(委任規定)

第37条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成19年4月1日から施行する。ただし、第16条第2項及び第32条の規定は、公布の日から施行する。

附 則（平成24年3月27日条例第15号）

この条例は、平成24年4月1日から施行する。